

# 広島市立大学広報戦略

2023年3月22日策定

## 1 趣旨

本学は、広島市の公立大学として「科学と芸術を軸に世界平和と地域に貢献する国際的な大学」という建学の基本理念を掲げ、開学以来様々な広報活動を行いながらブランドイメージを培ってきた。また、2017年3月に策定した「広島市立大学広報指針」、「広島市立大学広報戦略」に基づき、これまで培ってきた「いちだいらしさ」を共有し、教職員・学生など大学構成員（以下「大学構成員」という。）が一丸となって、「地域」や「世界」への情報発信、「分かりやすさ」、「届きやすさ」の改善、インナーブランディングを重点項目とした広報活動を展開してきた。

こうした中、本学では2022年3月に策定した第3期中期計画（令和4年度～令和9年度）において、「多様なステークホルダーに対して広島市立大学のブランド価値を広め、大学への支援の輪を一層拡大するため、広報戦略の見直しを行ったうえ、多様なメディアの活用等を通じ、効果的かつ魅力的な広報を展開する。また、広島市立大学同窓会と連携して本学と卒業生との結び付きを強化する。」ことを定めている。これを着実に推進するため、より一層戦略的・効果的な広報活動の展開に向けて、大学構成員全員が各自の日頃の広報活動におけるガイドラインとなる新たな「広報戦略」を策定する。

## 2 目的

多様なステークホルダーに対して戦略的及び効果的に大学の情報を提供することで、ステークホルダーの関心と信頼を高めることにより、「ユニークな学部構成を生かした教育・研究活動を行う総合大学」、「世界平和と地域・国際社会に貢献する大学」といった本学のブランドイメージを向上させ、入学志願者の確保及び本学へのさらなる理解と支援を獲得することを目的とする。

## 3 実施主体

大学構成員及び卒業生等

## 4 主な対象者（ステークホルダー）と発信情報

主な対象者（ステークホルダー）	主な発信情報
高校生、受験生及びその保護者、高校教員 在学生の保護者	入試情報、学生生活関連、教育・研究内容、学生・教員の活動実績、大学行事情報、留学関連、就職・進路関連
海外学術交流協定大学担当者・教員、海外からの留学希望者	
卒業生、同窓会会員	
市民、地域住民 広島市及び広島広域域都市圏等の周辺自治体職員	地域連携関連、公開講座・シンポジウム・講演会・展覧会等開催情報、リカレント教育

企業担当者	研究関連、産学連携関連、調達情報
研究者（国内外）	
大学構成員	大学情報全般
報道関係者	

## 5 基本理念

### 『広島』を意識した広報展開

本学の建学の基本理念に込められた「科学・文化の発展と世界平和を希求する広島市の意志」と「公立大学としての地域貢献への期待」を国際平和文化都市である『広島』というキーワードに凝縮し、これを軸に広報を展開することで、建学の基本理念を発信し、開学以来培ってきた本学のブランドイメージをより高め、学内外に浸透させる。

『広島だから学べること』、『広島だからできること』、『広島だから伝えられること』を意識した広報を展開していく。

## 6 基本方針

### (1) 「平和」と「地域」を意識した広報

本学は、人類史上最初の原子爆弾による被爆を体験した都市である広島市の公立大学として、核兵器廃絶と世界恒久平和の実現に向けた広島市の取組に貢献し、得られた知見を地域や社会に還元することが求められていることから、「平和」に関する研究成果や取組を世界や地域へさらに積極的に発信する。

また、「地域と共生し、市民の誇りとなる大学」として、広島広域都市圏の持続的発展や地域社会の活性化に貢献するため、世界や地域との交流・連携を視野に入れ、国際交流、地域貢献および産学官連携の様々な活動状況を広く積極的に発信する。

### (2) 大学構成員及び卒業生等による連帯感のある広報

『広島』を軸とした「広報戦略」を学内で共有した上で、大学構成員及び卒業生等は、日々の活動が本学の広報活動につながることを認識し、「一人ひとりが広報担当」という共通意識を持ち、連帯した広報活動を行う。

### (3) デジタルメディアを活用した多角的な広報

ウェブサイトのリニューアルを適宜実施し、コンテンツの精査を行い、本学の魅力をわかりやすく発信する。

また、SNS など多様なメディアを活用し、効果的な広報を展開する。

### (4) 費用対効果を重視した効率的な広報

広報活動の費用効果を適切に評価し、集中的に投資する効果的な広報を行う。

また、ステークホルダーのニーズや行動特性等に応じてそれぞれにマッチした適時適切な情報を発信する。

効果的な広報を行うために、各部署における広報担当者のスキルの向上を図り、全学的な連携体制を構築する。

## 7 重点的な取組

- (1) 「平和」と「地域」に関する取組の積極的な情報発信に取り組む。  
＜取組例＞
  - 広島を学ぶ講座の充実に関する情報発信の強化
  - 地域貢献事例の情報収集・発信の強化
- (2) 建学の基本理念を中心とした本学らしさやブランドイメージを伝える戦略的な広報に取り組む。  
＜取組例＞
  - オリジナルグッズの開発・活用
  - 全学ウェブサイト、広報紙、チラシ、ポスターなどにおける、本学らしさを伝え、好感度を高めるデザインや表現方法の活用
  - 教職員によるコミュニケーションマークの積極的な使用
- (3) インナーブランディングによる大学構成員の意識醸成に取り組む。  
＜取組例＞
  - 広報マインドを高めるための研修会の開催
  - 学生広報サポーターの活動の活性化
  - 教職員及び学生が WEB サイトや SNS で主体的に発信できる仕組みづくり
- (4) 多様なステークホルダーに対して大学の情報を戦略的・効果的に発信できるよう、ウェブサイトリニューアルし、維持・充実を図る。  
＜取組例＞
  - 閲覧者の立場に立ったウェブサイトのリニューアル
  - ウェブサイトにおける英語ページの充実
- (5) 多様なステークホルダーをしっかりと意識した広報に取り組む。  
＜取組例＞
  - SNS での効果的な情報発信の強化
  - メディア広告の活用
  - 学生の採用に意欲的な企業に対する広報活動の強化
  - 広島市立大学同窓会との連携強化