

# 京都大学の広報戦略

## はじめに

### (1) 大学広報の意義

京都大学は、公財政支出を中心に多様な財源に支えられた、公共性の高い高等教育研究機関である。その公的機関としての性格上、納税者である国民をはじめ広く学内外に対する説明責任を果たさなければならず、大学の広報活動はその一翼を担っている。

しかし、大学の広報活動の重要な役割は、この説明責任にとどまらず、社会への情報発信を積極的に推進することにある。これにより、大学の支持者、いわゆるファン層を増やし、そこからさらに社会へと拡散、本学の社会における存在感を高めるとともに、社会からのより大きな信頼や支援の獲得へと繋げていく。この好循環が機能すると、大学の教育研究・社会貢献活動の持続的・継続的な発展に結びついていくこととなる。

### (2) 京都大学の広報戦略の位置付け

京都大学では、平成 16（2004）年度に制定した「広報にかかる基本方針」を根幹に据え、大学の理念・歴史を含めた大学の状況と今後進むべき方向について、様々な広報媒体を活用し、積極的かつ効果的に広く学内外に発信することとして、広報戦略に基づき様々な広報活動を展開してきた。

現在の広報戦略は、平成 26（2014）年度、広報委員会において策定した「京都大学の広報戦略」に則っている。その後、令和 2（2020）年度に総長が「任期中の基本方針 ―世界に輝く研究大学を目指して―」を定め、令和 4（2022）年度には第 4 期中期目標・中期計画期間が開始した。京都大学が目指す新たな方針や目標が掲げられたことを機に、現在の社会情勢なども踏まえ、これらの方針等を実現するために今回新たな広報戦略を定めるものである。

以下、まずはこの広報戦略としての基本的な考え方を示し、次いで重点的に実施すべき事項を掲げる。さらに、その遂行において必要となる支援体制の強化方策についても提示する。

## 1. 基本的な考え方

### (1) 海外も見据えた積極的な情報発信

世界に輝く研究大学を目指し、創立以来築いてきた「自由の学風」のもとでの本学の特色、取組や今後の進むべき方向について、多様な広報媒体を活用して、国内はもちろんのこと、海外にも積極的に発信していく。

## (2) 各ステークホルダーに応じた効果的かつ効率的な情報発信

本学に対する理解と支持を獲得するために、情報発信に当たっては、いかに大学のレピュテーション（評判）を維持し向上させるかという観点をもって行う必要がある。これを効果的かつ効率的に行うには、各ステークホルダーに応じて適切な内容・手段により情報を発信することで、それぞれとの良好な関係を構築し、社会から信頼され、評価される大学を目指す、ステークホルダーごとの戦略の構築が重要である。

そこで具体的なものとして、ステークホルダーごとに、大学としてどの様に思われたいのか（期待）、そのために何を発信すべきか、さらにそれをどの様な媒体で発信するのが効果的かについて、表1（各ステークホルダーに発信する主な情報とその目的（期待する効果））、表2（主な発信方法）のとおりまとめた。

## (3) 「価値創造プロセス」の可視化・明確化

(2)で述べたステークホルダーへの情報発信においては、ステークホルダーにとっての価値を大学はどの様に創造しているのかを理解してもらい、更なる支援を得ることも重要な目的の一つである。

情報発信のテーマにもよるが、ステークホルダーによってもたらされる資本を用いて（インプット）、本学はどの様な活動を行って成果を出し（アウトプット）、ステークホルダーにどの様に還元するのか（アウトカム）、ストーリー性を持って分かりやすく説明することが求められる。そのために、あらかじめこれらの「価値創造プロセス」を可視化・明確化しておくことが必要である。

## (4) 大学全体として統一感を持った情報発信

総務部広報課が、全学としての報道機関への情報提供や取材対応、広報誌の発行、ウェブサイトの管理運営などの広報活動を行っている一方で、各部局はそれぞれの特色を踏まえた広報活動を、また事務本部の国際広報、研究広報、基金広報、入試広報などを所掌する部署はそれぞれの専門領域に係る全学的な広報活動を行っている。

この様に本学の広報活動は、それぞれの組織が自律的に行って多様性に富んでおり、それ自体が本学の特色であるが、一方でそれぞれが異なる方向性で発信すると、大学全体として目指す姿が適切に伝わらない恐れがある。そのため、それぞれの組織がターゲットを明確にしつつ、本学の全体戦略と方向性を合致させ、その意味で大学全体として統一感を持った情報発信を行う必要がある。

## (5) 経営の透明性を担保する情報発信

公共性の高い高等教育研究機関である本学には、経営の透明性が求められている。これを広報の側面から担保するものとして、法令等に基づく情報公開を真摯に徹底することはもとより、法人経営や教育研究等諸活動の情報をエビデンスに基づき正確かつ迅速に、分かりやすい形で発信する必要がある。

## (6) 危機管理対応の確実な実施

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、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危機管理対応も、広報戦略における重要な要素である。広報担当者は、各担当理事・関係部署・部局と連携を密にし、全学的な体制をもって対応する。

## 2. 重点的实施事項

1. の広報戦略の基本的な考え方を踏まえつつ、京都大学の社会における存在感を高めるために特に必要となる、広報戦略として重点的に実施する事項をまとめる。本事項は、全学で様々な展開されるすべての広報活動において重点的に実施するよう検討されるものである。

### (1) ターゲットを意識した広報の取組

#### 1) 教職員に対する情報発信の強化

本学の教職員は、本学の広報活動において第一の担い手であり、広報戦略を遂行するにあたっての重要な基盤である。まずはその教職員に、本学の現状と目指す将来ビジョン、価値創造プロセスなどを正確に、より深く理解してもらうことによって、それぞれのステークホルダーに対する情報発信が正しく機能することとなる。そのためには、積極的な広報に対する教職員への意識付けが必要である。

これらの必要な情報、即ち本学の経営方針・施策、目標・計画、制度、教育研究成果・イベント等の最新情報などについては、ウェブサイトや SNS、広報誌などにその都度掲載されているが、これを教職員ポータルやメール等の電子媒体、説明会や研修会等の対面の場など、情報に応じた適宜適切な方法を用いて、対象となる教職員に確実に伝えることとする。

#### 2) 留学生・外国人研究者獲得等のための海外に向けた情報発信の強化

海外における京都大学の存在感を高め、優秀な学生・研究者の獲得や、国際共同研究の強化につなげるため、最新の研究成果や研究者インタビュー記事など、特色のある教育研究活動の状況について、主に英語版のウェブサイト及び SNS により発信する。また、アメリカ科学振興協会 (AAAS) が提供する「EurekAlert!」などを活用して英文プレスリリースを従来以上に効果的に数多く発信し、海外メディアを通じた情報の拡散を狙う。

これらの取組と併せて、科学コミュニケーション・研究広報に関連する学会・カンファレンスや、SNS の機能の活用、海外拠点との連携などにより、海外のメディア関係

者とのコネクションを幅広く構築し、海外での個別具体的な情報発信の機会を確保する。

### 3) 支援者に対する広報の強化

世界最高水準の研究環境整備のためには、安定的な財務基盤を構築することも重要な課題のひとつであり、本学の支援者、とりわけ卒業生（同窓会）や寄附者、企業（産業界）は、同窓会組織や基金、外部資金などを通じてそれを支える重要なステークホルダーである。

そのため、卒業生（同窓会）に対しては、京都大学出身であることを誇りに感じ、特徴ある取組を行っている母校を支援したいと思ってもらえるよう、在学生・研究者の活躍や卒業生の動向、社会貢献活動など諸活動の最新情報を中心とした広報を強化していく。また、企業（産業界）に対しては、世界トップレベルの研究大学であると感じ、積極的に産官学連携や教育研究活動への支援を行いたいと思ってもらえるよう、研究内容・成果の最新情報や、産官学連携制度・施策、産官学連携の実績などを中心とした広報を強化していく。

### 4) 女子中高生及びその保護者に対する広報の強化

ジェンダーバランスの改善に加えて、将来の女性教員・役員候補者の育成という意味でも、本学の女子学生比率の向上は重要な課題である。そのため、男女共同参画推進センターの各専門部会とも連携し、女子中高生及びその保護者に対して本学の魅力を発信する広報を強化していく。

#### ①ウェブサイト・広報誌の活用

京都大学に入学した後の研究者としてのキャリアをイメージできるよう、ウェブサイトや広報誌で、ロールモデルとなる様々な女子学生や女性研究者の情報を発信する。

#### ②各プロジェクト、支援制度等、具体的な情報の発信

京都大学たちばな賞、京都大学久能賞、京都大学ここのえ会、育児・介護時の研究活動継続のための支援制度等、京都大学の取り組みを定期的に発信する。

## (2) 重点分野・テーマに着目した広報活動の強化

### 1) 人文・社会科学分野の教育・研究成果に関する社会的発信力強化

本学での人文・社会科学分野の教育・研究の充実に対して、その成果の国際的発信は必ずしも充実したものではなかったと考えられている。今後は、令和4（2022）年度に設置された人と社会の未来研究院等と連携し、人文・社会科学分野の教育・研究成果に関する社会的な発信、特に国際的発信力の強化を図る。

## 2) テーマ型情報発信の展開

本学が行う様々な活動を、社会的な関心事に応じてより分かりやすく可視化し、効果的な情報発信につなげるため、「入試」、「SDGs」、「ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン (DE&I)」など、ステークホルダーにとって関心の高いテーマを一つ取り上げ、ウェブサイトや広報誌、SNS など多様な媒体で「大学」として重点的に情報発信を展開するテーマ型の広報強化期間を設ける。

## (3) 媒体を意識した広報活動の強化

### 1) プレスリリースの配信強化

マスメディア（新聞・テレビ等）は幅広い層（特に中高年層）に強みを持っていると考えられる。広く社会に発信したい大学における教育研究、学生支援、研究者支援、国際連携、産官学連携、社会連携、また、学術成果等による社会貢献について、積極的かつ効果的な配信・公表を全学的に促進する。併せて現地取材の機会を確保すると、記者側や、マスメディアを通じた社会にとって、大学の理解の深化に繋がることから、より効果的である。

配信においては、京都大学内に記者室を設置している京都大学記者クラブ各社及び在阪民放京都支局各社との連携を強化し、情報が新聞・テレビ・Web 等のメディアを通じて広く発信されるように取り組む。

### 2) 広報誌による体系的発信強化

広報誌は、大学が発信したい情報を体系的に発信することができる利点を有する。それを活かし、大学の理念・将来構想、教育研究、社会貢献、運営状況や財務状況などの情報についてとりまとめた「京都大学概要」や各部局等で発行する広報誌の内容をより充実させ、広く社会に情報発信を行う。同時に、ウェブサイトへ掲載することで、より広く社会に発信する。

### 3) ウェブサイト等の活用

ウェブサイトは、情報の速報性、蓄積性、検索性に優れており、本学ウェブサイトについては、引き続き速報性を伴った最も有効な情報発信媒体として位置付ける。SNS に関しては、Twitter や Facebook により、その拡散性を活用してウェブサイトの新着情報を中心に発信し、ウェブサイトでの情報発信を補完する。また、Instagram や YouTube では、それぞれの媒体の特性を活かして、本学の特色ある教育研究活動など、イメージの向上につながる情報を発信する。

#### 4) キャンパス空間の活用

キャンパスを構成する建物や屋外空間(キャンパス空間)は、そのデザインによって、京都大学らしさ・歴史・魅力、大学全体としての戦略・方向性等を表現し、発信できる広報媒体と位置付けられる。キャンパス空間を広報媒体として有効に活用することで、そこを利用する多様なステークホルダーに向けた情報発信につなげる。

### 3. 支援・体制強化の方向性

#### (1) 全学的な連携

大学として統一感のある広報が求められる中、現在、それぞれの部署・部局の広報担当者を把握して連絡網を確立、データやノウハウ等の随時共有や、定期的な各種講習会開催等を実施しており、今後も一層の連携強化に努める。

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、発信したい情報が必要な人に届く広報誌、ウェブサイトでの情報発信などにつなげる。例えば、各広報誌で別の広報誌へ誘導する内容を盛り込む、ウェブサイト記事や SNS の相互リンク等の推進により、全学的に広報業務の効率と質を向上させていく。

他方、広報担当部門の組織面での連携体制の構築や、広報の専門性を考慮した人事異動など、組織・人事の観点からの連携強化の可能性についても検討する。

#### (2) 専門的人材等の活用

大学広報を支える専門的人材の積極的な育成・活用を図る。部署やプロジェクトによっては、サイエンスライターや科学コミュニケーター、デザイナー、イラストレーター、また、動画作成経験、広報・広告業務経験を有する人材や、ウェブサイトの制作・維持管理に精通した情報系の人材、国際発信のための外国語記事やウェブサイト作成のための外国人スタッフ(ネイティブ・スピーカーのバイリンガル)など、広報に関わる高度な専門的能力を有する人材の獲得・配置を進める。

#### (3) 第三者からの意見聴取

広報活動が時代・時勢に則したものとなっているか、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、どの様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。

【令和5年3月15日 広報委員会策定】

表1 各ステークホルダーへ発信する主な情報とその目的（期待する効果）

<p>教職員</p>	<p>経営方針・施策、大学の制度・目標・計画、教育研究成果・イベント等の最新情報</p> <hr/> <p>京都大学の現状と目指す将来ビジョン、価値創造プロセスについての理解を深め、それぞれのステークホルダーに対して情報発信する。</p> <p>京都大学での職務に誇りを持つ。</p>
<p>在学生 (及びその保護者)</p>	<p>教育制度・教育内容、学生生活、奨学金等在学生の支援制度、教育研究成果、進路・就職、イベント等の最新情報</p> <hr/> <p>京都大学での学生生活の充実を図る。</p> <p>京都大学での学び・研究活動に誇りを持つ。</p>
<p>受験生 (及びその保護者)</p>	<p>入試情報、入学料・授業料、教育制度・教育内容、学生生活、進路・就職、奨学金や留学生・女子学生への支援制度</p> <p>ユニークな教育研究活動に取り組む教員、京都大学での充実した学生生活を送る在学生、活躍する卒業生の姿</p> <hr/> <p>京都大学教員の教育研究活動や在学生・卒業生の活動を知ること、京都大学で学びたい、研究活動をしたいとの志を高め、志望校として選定する。</p>
<p>多様な研究者 (特に若手・女性・外国人)</p>	<p>研究内容・成果、研究者支援制度（育児・介護に係る制度を含む。）、ベンチャー支援を通じた研究成果の社会還元、ロールモデルとなる教員の姿</p> <hr/> <p>京都大学の教育研究環境を魅力に感じ、京都大学で研究活動に長期的に取り組みたいと思う。</p>
<p>卒業生 (同窓会)</p>	<p>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</p> <hr/> <p>京都大学出身であることを誇りに感じ、特徴ある取組を行っている母校を支援したいと思う。</p>
<p>地域社会</p>	<p>社会貢献等の活動状況、イベント等の最新情報</p> <hr/> <p>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持ち、大学の活動に協力したいと思う。</p>
<p>企業（産業界）</p>	<p>研究内容・成果、研究者情報、産官学連携制度・施策・実績、教育（人材育成）制度・成果、卒業生情報</p> <hr/> <p>世界トップレベルの研究大学であると感じ、積極的に産官学連携や教育研究活動への支援を行いたいと思う。</p> <p>卒業生を積極的に採用したいと思う。</p>

官公庁（行政機関）	将来構想、目標・計画とその達成状況、財務情報、研究者情報、研究内容・成果、産官学連携制度・施策・実績、教育（人材育成）制度・成果
	大学としての将来構想のもと、各種目標・計画が着実に実行されていることを知り、信頼できる、さらなる将来性のある大学であると評価する。
学術研究・教育機関（国内・海外）	共同研究制度・施策・実績、教育研究の活動状況
	教育研究の連携を積極的に行いたいと思う。 優秀な研究者・学生と交流を深めたいと思う。

表2 各ステークホルダーへの主な発信方法

教職員	学内広報誌（京大広報）や教職員ポータル、メール等の電子媒体、説明会や研修会等の対面の場など、情報に応じた適宜適切な方法を用いて、確実に周知。
在学生 （及びその保護者）	10～20代が多く、最新情報は、主として動画やSNSにより発信。制度等の情報は、ウェブサイトや広報誌により発信。 （保護者に対しては具体性の高い情報として、ウェブサイトや広報誌により発信。）
受験生 （及びその保護者）	10代が多く、動画やSNSでイメージなどを発信するとともに、詳細情報はウェブサイトや広報誌により補完。 （保護者に対しては具体性の高い情報として、ウェブサイトや広報誌により発信。）
多様な研究者 （特に若手・女性・外国人）	若手は20～30代、広くは40代も含み、報道発表やウェブサイト、広報誌により発信。外国人研究者にはウェブサイトやSNSの英語版にて発信。
卒業生 （同窓会）	メールマガジンや広報誌、報道発表で発信することを基本とし、ウェブサイトやSNSにより補完。ビジネス誌等の媒体への掲載も意識。
地域社会	逐次情報は、報道発表やウェブサイトで発信。
企業（産業界）	ウェブサイトにより、詳細で確実な情報を発信。併せて報道発表することにより、高い信頼性を獲得。 広報誌・報告書にて年度単位の活動状況、社会へのインパクトを発信。
官公庁（行政機関）	報道発表やウェブサイトで発信。 広報誌・報告書にて年度単位の活動状況、社会へのインパクトを発信。
学術研究・教育機関（国内・海外）	ウェブサイトにより、詳細で確実な情報を発信。