●事例紹介●

# 学生と教職員の協働による広報展開をめざして

## ～大学の魅力を伝える「県大 jiman」の取組～

東野 圭吾
（滋賀県立大学経営戦略グループ主任主事）

### 一　はじめに

大学全入時代の到来により大学を取り巻く環境は大きく変化しています。それは「大学広報」という分野一つを見ても顕著に表れています。法人化後の国公立大学の積極的な広報展開は、私立大学が中心だった新聞・駅広告での認知度向上・ブランドイメージ構築という方向に向いており、大学間の競争は明らかに激化しています。

現在、本学の広報部門は受験生向けの入試広報を行う教務グループと、在学生、保護者、一般社会人等あらゆるステークホルダーを対象として広報活動を行う経営戦略グループの二つに分かれています。経営戦略グループに広報担当職員一名を配置し、大学広報媒体（案内誌、広報誌、学報）の発行、大学ホームページの管理・運営、プレスリリース・マスコミ対応、学内情報の収集、マスコミ掲載記事のクリッピングとその分析といった活動を進めています。

今回は大学運営に学生が参加する事例として、大学広報誌「県大 jiman」の発行に取り組む学生広報スタッフの活動を紹介します。

## 二　法人化をきっかけとした大学広報の動き

昨年の公立大学法人化をきっかけに、本学では広報委員会に「ＵＩ（ユニバーシティ・アイデンティティ）プロジェクト」を設置しました。このプロジェクトの目的は大学のアイデンティティを再構築し、ブランドイメージを醸成・向上させるにはどうすべきかということを検討することです。プロジェクトには約一五名の教職員が参加し、大学の強み・弱み、大学広報のあるべき方向性について、「しゃべり場県大」という学生向けのイベントも行い、約一年をかけ検討しました。そして、大学への愛着を感じられること、学生、教員、職員が一体感を持って大学生活を送ることができれば、それがアイデンティティを構築するためのスタートになるのではないかという結論を導き出しました。具体的には「知る」、「話す」、「活かす」の三つのキーワードで、インナー・コミュニケーションに関する具体的な提言を行いました。その中で、「知る」ための施策として大学広報誌の発行が、「活かす」ための施策として学内インターンシップの取組がそれぞれ提言されました。

環濠集落をイメージした大学キャンパス

そして、この提言をきっかけとして、広報委員会において「知る」ためのしくみである大学広報誌の発行と「活かす」ためのしくみである学生参加型による広報誌の制作が決定されました。

ところで、開学一三年目を迎える大学に広報誌がないのは不思議だと思われる読者の方もおられるのではないでしょうか。平成一七年度末時点での国立大学法人に対する文部科学省の調査によると、九三パーセントの大学が広報誌を発行しており、広報誌は大学広報として当たり前の媒体です。しかし滋賀県立大学では、「広報誌を作って誰が読むのか。冊子はもらっても読まないのではないか。」、「定期的に広報誌を作るのが大変だ。」という意見があり、今まで議論の俎上に載っては消えるということが続いていました。それが「ＵＩプロジェクト」の提言を契機に実現の運びとなったのです。





## 三　広報誌作成グループの編成

広報誌の作成に参加する学生は公募により組織することとなり、新年度が始まると同時にホームページの掲載、学生へのメール発信、共有スペースへのビラ掲載で募集を行いました。本学の学生実態の一つとして、地域課題の解決に取り組む学生グループを支援する近江楽座という教育プログラムに数百名の学生の参加があり、課題を持って積極的に活動することができる学生層の存在が挙げられます。また、デザインを専攻する学生を中心に、大学案内誌の表紙デザイン制作（アルバイト）やオープンキャンパスのポスターデザインの学生コンペを行っています。

しかし、募集を行ったところで必ずしも学生が応募してくれるとは限りません。そこで日常の広報業務の中で学生とのつながりができていたこともあり、デザインや文章作成に長けた学生、リーダーシップが取れる学生に個別に協力を依頼しました。その結果、四月末までの約一ヶ月の募集で六名の学生が学生広報スタッフとして参加することになりました。

ところで、学生広報スタッフによる広報活動は他大学でもいろいろな取組がされています。それらの取組を分類すると、受験生を対象としたもの（オープンキャンパススタッフなど）、在学生を対象としたもの（学生向け広報誌等）、一般社会を対象としたもの（大学広報誌、ホームページなど）に分けられますが、その多くは受験生・在学生を対象としたものです。本学の場合、インナー・コミュニケーションが前提ではあるものの、既存の広報誌がないことから広くステークホルダー全部を対象とした広報誌を作る必要がありました。そこで大学構成員全員が参加する形をとるという「ＵＩプロジェクト」の提言を踏まえ、二名の教員に学生広報スタッフのサポートという形で協力を依頼しました。なお、協力を依頼した教員は学生に対する指導的立場ではなく、学生と同じ目線に立てること、デザイン面のサポートができることを考慮し、三〇代の教員にしました。

## 四　「県大jiman」ができるまで

広報誌作成グループは学生広報スタッフ六名、教員二名、職員二名の計一〇名で立ち上げました。グループの内訳は学生が男性一名、女性五名、教員・職員が男性四名、学年では学部二回生から博士後期の学生という幅広い層が集まりました。ちなみに学生広報スタッフへの応募理由は、「大学のことをもっと知りたい。」、「カメラに興味があるから。」、「自分たちが行う活動をみんなに知ってもらいたい。」、「将来広報関係の仕事についてみたい。」などさまざまでした。学生広報スタッフの主な活動は週一度の企画会議に参加することです。そして企画が決まってからはグループ毎の取材、原稿作成を行い、全体での編集、校正作業となります。ほとんどのスタッフが広報誌作成が初めてのため、早い時点で勉強会を企画しました。印刷会社のデザイナーを講師に迎え、「広報誌の制作について」というテーマで、印刷物とはどのようなものか、完成までの工程、取材方法の基本について学びました。この勉強会を開いたことで、学生は広報誌の作成に対する不安がなくなり、自分たちが何をするのかということが見えてきたのではないかと思います。

創刊号の特集企画は「クローズアップ　県大人」としま

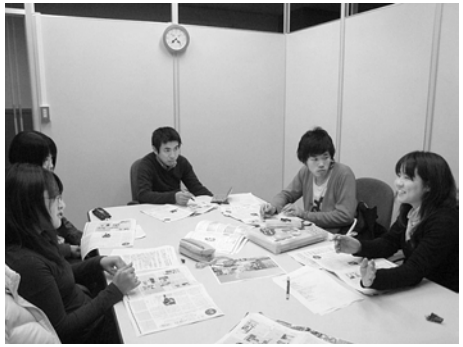
「県大jiman」創刊号表紙デザイン





した。企画会議の中で、県大のモットーである「キャンパスは琵琶湖　テキストは人間」にちなんで「人」について取り上げたいという意見があり、在学生・教員・卒業生等さまざまな立場で県大に係わって活躍している人を取り上げることにしました。また、学生企画という完全に学生だけで作るページを設けました。大学広報誌ということで内容が堅くなりがちなところに学生の自由な発想を取り入れたいという思いからです。高校生や在学生に特に読んでもらいたいページです。他にも県大レポートとして研究室、授業、サークル、ブックレビューのコーナーを作り、トピックスとインフォメーションを合わせた一二ページの構成となりました。

創刊号ということで広報誌の名称をどうするか、どのようなデザインにするかということが大きな課題でした。名称は他大学の広報誌を参考にどのような名称にするかを数度に渡り議論しました。三〇作品ほどの案を出し、「今まで表に出てこなかった大学の素敵な面をどんどんPRしていこう。」という思いから「県大jiman」という名称を採用しました。最初は「お国自慢みたいな名前だ。」といった意見もありましたが、わかりやすい響きから浸透し始めているようです。そして、名称の決定に合わせてアイキャッチャーとして「県大jiman」の文字をスタッフの学生がロゴ化しました。琵琶湖と滋賀の自然をイメージカラーにし、胸を張って「自慢」する、明るく前向きに応援する気持ちがこもっています。デザインは、スタッフの学生が作成を希望したため、その学生に任せることにしました。最初のデザインが広報誌全体の印象を決めるため、企画会議でデザインの方向性を議論し、作り込んでいきました。デザインコードとして、カラフルな明るい色遣いと読みやすい文字の大きさにこだわっています。



広報誌作成会議の様子

学生広報スタッフによる広報誌の作成での一番苦労したことは、スタッフの学生が作る原稿の精度がバラバラだったことでした。勉強会の中で記事の書き方の基本は学んだのですが、実際に記事を書くことが初めてだった学生も多く、日本

語の文法の間違いや事実と主観の整理ができていない原稿が多くありました。できが悪いと否定することは簡単ですが、それでは学生の学びにつながりません。学生の努力を踏まえ、なるべく原型を残しながら文章としての精度を高めていくことが大変でした。今後も学生の文章力をどのように高めていくかが大きな課題となることは間違いありません。

このような苦労の末、七月末に創刊号が完成し、受験生・在学生・教職員・保護者の方などに一斉に発送しました。また、学生広報スタッフはマスコミ向けのPRとして記者発表を行い、数誌の新聞社に取り上げていただきました。ちなみに学生企画で取り上げた県大の周りのお店は広報誌のおかげで学生が増えたそうです。

## 五　継続的な取組と学生の成長への期待

今回募集して集まった学生広報スタッフには、アルバイトではなく、ボランティアとして取り組んでもらっています。第二号の発行を前に新しいスタッフを募集したところ二名の学生から応募があり、人数は八名となりました。創刊号についてスタッフの学生にアンケートを行ったところ、「しんどかった。」という意見もありましたが、「もっと文章力や技術を高めて大学のPRをしていきたい。」という前向きな意見が多くありました。

試行錯誤の中から始まった学生広報スタッフを中心とした大学広報誌の作成は、これからも続いていきます。現時点で心がけていることは、大学の広報誌ということで活動が業務的にならないようにすること、定期的に外部講師を招いた勉強会等を行い学生の技量を上げるとともにモチベーションを保つこと、そして学生広報スタッフの活動が学生の成長につながるように周りの教職員がサポートすることです。学生の成長を通じて「県大jiman」が発展することを読者の一人として期待しています。