

## ミニ事例発表 ～立命館大学のHP / 広報の現状と課題～

### 1. 設計方針

#### 【旧来の課題】

2006年度全国大学サイト・ユーザビリティ調査 (by日経BPコンサルティング社)の結果  
自己反省

- 1) ホームページの位置づけが曖昧
- 2) 各ページのデザインに統一性がない
- 3) 全学的な情報と部門独自の情報が散在している
- 4) 全学ページと各部課ページとにおける情報更新度の差

#### 【現行の基本的な考え方】

- 1) ブランドイメージを継続的に発信する学園全体の広報戦略の軸
- 2) HPの重点的ステークホルダーの設定
- 3) 各ページデザインの統一化
- 4) 各部課が素早く簡単に更新できるシステムの導入

### 2. 構成



#### 【特徴】

- イ) トップページは端的に
- ロ) 学生・卒業生を打ち出す
- ハ) ツールバーを固定

#### 【特徴】

- イ) 学部・研究科はキャンパス別

#### 【特徴】

- イ) 各部課統一メニュー
- ロ) 各部課独自メニュー
- ハ) CMS

### 3. HPを含む広報事業の課題

#### 1) 「大学における広報（学部）入試広報」？

2007年度にHPを一新した趣旨： 受験生が大学の情報を得る最も重要な手段であるホームページのリニューアルを広報戦略の柱と位置づける。  
志願者や在学生にとって重要度の高い情報を整理・配置する。  
各学部・研究科の基本的な情報へのアクセシビリティを向上する。

専任職員数の比較： 入学センター 入試広報課・・・9名  
全13学部に関わる入試広報を担当。 大学院は？  
総合企画部 広報課・・・・・・・5名  
全学の広報、マスコミ対応などを担当。

#### 2) 大学の機能に照らし合わせたHPのバランス？

教育・・・・・・ 入試広報、OCW  
研究・・・・・・ 研究者データベース  
社会貢献・・ 産学連携、公開講座



#### 3) 「学生」を打ち出すことの意味？

「学生が活躍している」、「学生が成長している」ことを学外に知らせることができる。  
学術的な活躍と課外活動的な活躍とのバランス。 大学は何をすること？  
想定するお知らせ対象によって打ち出し方は異なる。 入試広報？  
[例] 受験生およびその父母だと、プロセス重視  
企業等だと、プロセスから何を得たのかを重視  
現場を担う部課との関係構築  
情報収集システムの構築、学生と接する教学・学生現場と学外と接する広報現場との関係性

#### 4) 広報する目的の設定と共有？

広報課やHP担当者が他者から情報を十分に得られないのは、広報目的の共有ができないから

#### 5) 部門間(教学部門、学生部門、広報(総務)部門)の調整は？

部門ごとに学生の見方や切り口が変わる。  
その組織間の違いを活かして、学園としての判断を適切に下すシステムが必要。

### 4. 質問事項

- Q1. 教員のメールアドレスを公開していますか？
- Q2. HP全般(個別のコンテンツを除く)の作成に教員が関わっている事例はありますか？
- Q3. 二言語化はどのようにして進めていますか？

以上