

長崎大学広報ポリシー

令和元年10月29日
学 長 裁 定

1 はじめに

長崎大学は、「長崎に根づく伝統的文化を継承しつつ、豊かな心を育み、地球の平和を支える科学を創造することによって、社会の調和的発展に貢献する。」を理念として、教育・研究活動のほか、産学官連携や社会貢献等を展開してきた。それらの活動及び成果、さらには本学の財務内容や管理運営に関する情報を戦略的、効果的かつ統一的に公開・発信することにより、社会に対する説明責任を果たし、大学のブランディングの向上に取り組むため、本ポリシーを定める。

2 広報活動の基本方針

(1) 大学情報の発信

- ①本学の教育・研究に関する活動及び成果を学内外に積極的に発信する。
- ②地域に開かれた大学として、地域に貢献する活動（公開講座等の社会教育活動、地方公共団体や企業との連携等）及び成果を学内外に積極的に発信する。
- ③本学が公的な教育機関として、社会に対する説明責任を果たすために、組織、業務、財務、評価・監査、大学の設置等に関する情報を積極的に発信する。
- ④受験生にとって魅力ある大学であることを積極的に発信する。
- ⑤広報対象者（ステークホルダー）ごとに戦略的・効果的に情報を発信するとともに、ロゴマークやスクールカラーを積極的に活用し統一的なデザインを使用するなど、広報全体の統一性や本学のイメージの確立を図る。

(2) 広報手法

- ①公式ホームページ、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）による情報発信
- ②広報誌の発行による情報発信
- ③学内外での行事等を通じた情報発信
- ④報道機関等を通じた情報発信
- ⑤その他

(3) 広報意識の醸成

教職員全員が広報担当者としての意識を持ち、それぞれの職務に応じて、本学の存在感、特長等を社会に訴えていく広報意識の醸成を図る。

(4) 広報活動における学内各部署等との連携

大学の広報は事務局各部署や各部署等での事業など様々な分野におよぶため、全学的な情報の共有を図り、積極的・戦略的な広報の展開に向け、学内での連携を一層強化する。

(5) 危機管理における広報

事故や事件などの危機事象等が発生した場合は、社会が必要とする情報を迅速かつ的確に提供することに努める。

(6) 個人情報の保護

情報の収集や発信に際しては、個人情報の取扱いに留意し、法令及び本学の規則等を遵守する。

(7) 広報効果の検証

広報活動を効率的・効果的に推進するために、広報マネジメント体制、広報計画、広報事務体制など、定期的に広報活動の検証と見直しを行う。

3 基本施策

(1) 公式ホームページによる情報発信

- ①公式ホームページは、本学の情報を広範及び広報対象者（ステークホルダー）別に速報性を持ち詳細に発信できる広報媒体であるため、最新の情報をニュース・トピックス、イベント情報、学術情報に分類し戦略的に発信する。
- ②海外への情報発信を拡大するため、多言語（英語、中国語、韓国語）を用いたページの充実に努める。
- ③公式ホームページの活用状況をチェックするため、全学的にアクセス数が集計できる措置（Google アナリティクスなど）を講じるよう努める。
- ④公式ホームページの情報を常に最新のものにするため、定期的な点検の実施に努める。

(2) SNS による情報発信

- ①公式ホームページで発信しているニュース・トピックス、イベント情報、学術情報やそれ以外の情報等で、大学の魅力等を迅速及び広範に発信する場合に活用する。
- ②Facebook 及び Twitter は、写真を1枚程度でその内容を文章で説明する場合、Instagram は、写真を複数枚で内容は短文で説明する場合、YouTube は動画で発信する場合に活用し、リスクの発生も十分考慮の上、戦略的に発信する。

(3) メールマガジンによる情報発信

- ①「長大（CHODAI）メール」は、教職員、学生、保護者、卒業生、元職員をはじめとする多くの長崎大学の応援団を対象に、大学内の様々なホットな情報をタイムリーに発信（原則月1回）する場合に活用する。
- ②「長崎大学校友会メール」は、校友会会員としてメールアドレスを登録した者を対象に、大学内や同窓会の様々なホットな情報をタイムリーに発信（原則月1回）する場合に活用する。

(4) 大学広報誌

- ①CHOHO は、高校生を主な対象として、本学の教育・研究等の情報や魅力を発信するため、年4回発行するとともに、ホームページにおいても Web 版を掲載する。
- ②大学案内及び学部紹介パンフレットは、本学及び学部における教育、キャンパスライフ、学生支援等の情報や魅力を発信するため、年1回学生支援部入試課及び学部等で作成し、受験生等へ配布するとともに、ホームページにおいても Web 版を掲載する。

(5) 学内外行事

- ①リレー講座は、地域貢献の一環として年1回開催する。
- ②広報セミナーは、教職員の広報に対する意識の醸成を図るために適宜開催する。
- ③ホームカミングデーは、校友会の交流事業として年1回開催する。
- ④公開講座は、知の情報発信拠点及び地域貢献の一環として開催する。
- ⑤リカレント教育等は、知の情報発信拠点及び地域貢献の一環として開催する。
- ⑥オープンキャンパスは、入試広報の一環として開催する。
- ⑦出前講義、高校生への公開講座等は、入試広報の一環として開催する。
- ⑧その他

(6) 報道機関への情報提供

- ①教育・研究や地域貢献等に関する活動及び成果に関する情報については、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報道機関（県政記者クラブ、プレスメール、中央省庁の記者クラブ等）に提供する。
- ②事故、事件、懲戒処分等の情報については、社会に対する大学としての説明責任を果たすため、記者会見や情報提供を行う。
- ③本学の特に重要な取組みや成果などを直接記者に説明し、社会に発信するため、定例記者会見を定期的で開催する。
- ④報道機関への情報提供については、記事掲載に繋がるようリリースの内容、タイ

ミング、配信先、時間等を十分考慮する。

(7) その他の広報媒体

本学の魅力や現状を伝えるため、大学概要、キャンパスマップ（それぞれ日本語版及び英語版）及びCHODAIDOSOなど、様々な広報媒体を活用する。

(8) 学内での情報共有

広報戦略本部は、プレスリリースや大学運営に必要な情報等で学内での共有が必要と判断した場合は、教職員ポータル等を活用し発信するなど全学的な情報共有に努める。

(9) 年間活動計画の策定

広報戦略本部は、中期計画や年度計画のほかに本学における年間活動計画を策定し、各部局と情報を共有する。

(10) 広報連絡調整会議

広報に関する中期計画、年度計画、年間活動計画を全学的に共有するとともに、広報に対する意識醸成や各部局との連携強化による情報収集の拡大を図るため、広報連絡調整会議を適宜開催する。

(11) 主なステークホルダーに対する発信情報及び主な広報手法（例）

主なステークホルダー	発信情報	主な広報ツール
高校生・受験生（保護者を含む） 高校等学校関係者	<ul style="list-style-type: none"> 入試関連 学部、教員、学生生活関連 就職情報 	<ul style="list-style-type: none"> プレスリリース CHOHO 新聞広告、ホームページ <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> <ul style="list-style-type: none"> オープンキャンパス 学校訪問 説明会 ホームページ パンフレット 等 </div>
企業の担当者（産業界）	<ul style="list-style-type: none"> 研究開発関連 産学連携関連 就職関連 	<ul style="list-style-type: none"> プレスリリース ホームページ <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> <ul style="list-style-type: none"> シンポジウム 就職説明会 ホームページ 等 </div>
地域のみなさま（地域社会）	<ul style="list-style-type: none"> 地域貢献事業（講演会、シンポジウム、リカレント教育、 	<ul style="list-style-type: none"> プレスリリース ホームページ

	リレー講座、公開講座等)	<ul style="list-style-type: none"> ・講演会やシンポジウム ・公開講座やリカレント教育 ・ホームページ 等
研究者（国内外）	・研究開発関連	<ul style="list-style-type: none"> ・プレスリリース ・ホームページ ・ホームページ 等
海外の留学希望者	<ul style="list-style-type: none"> ・入試関連 ・学部、教員、学生生活関連 	<ul style="list-style-type: none"> ・プレスリリース ・ホームページ ・海外での大学説明会 ・ホームページ 等
保護者	<ul style="list-style-type: none"> ・学生の活動 ・大学の行事や近況 	<ul style="list-style-type: none"> ・プレスリリース ・広報誌、パンフレット ・ホームページ ・成績の通知 ・ホームページ 等
校友会、学部同窓会	<ul style="list-style-type: none"> ・学生の活動 ・大学の行事や近況 	<ul style="list-style-type: none"> ・プレスリリース ・広報誌、パンフレット ・ホームページ ・ホームページ 等
メールマガジン登録者 (約 2,000 名)	・地域貢献事業（講演会、シンポジウム等）、大学トピックス	・メールマガジン

(注)・学生及び教職員は、主なステークホルダーから除いた。

- ・点線囲みは広報戦略本部以外が実施しているイベント、ホームページ等を活用した情報発信。

4 重点施策

長崎大学のブランドイメージの向上を図るため、様々な広報施策を講じる必要があるが、特に、優秀な人材に志願を促すための入試広報から就職支援に係る大学の活動状況や成果などを統合的に情報発信する必要がある。

入試広報は、学生支援部入試課、同留学支援課、大学教育イノベーションセンターアドミッション部門及び各学部等が中心となり業務の一環として行っているが、大学全体の広報と密接に関係するため、広報戦略本部と連携し戦略的・効果的な情報発信を行う。

- ①受験生に対しては、入学時のアンケート調査を活用・分析し、効果的な広報に努める。
- ②入試改革に伴う本学の入試情報を受験生、保護者、高校教諭等に迅速かつ適切に周知

する。

- ③留学生に対しては、外国語（英語、中国語、韓国語）のホームページを充実させるとともに、外国人教職員や留学生も活用して情報発信等を行う。
- ④受験生（留学生含む。）に対し、本学や学部、学生の様子が入手できるように、ホームページに紹介動画を準備する。
- ⑤本学学生の保護者に対しては、学生の活動や大学の取り組みが分かるような広報誌等により情報を提供し、信頼関係を構築することで大学への支援の拡大に努める。

5 広報倫理ガイドライン

広報活動を行うに当たっては、以下のルールを遵守する。

（1）正確性の保持

情報の発信は、写真も含め、不正確な情報、誤解を招く情報、あるいは歪曲された情報を広報（電子媒体含む。）に掲載しないよう注意しなければならない。掲載された重要な誤り、誤解を招く表現があることが判明した場合、迅速かつ正確な形で訂正し、必要な場合は謝罪を掲載しなければならない。

（2）プライバシーの尊重

個人のプライバシーに関わる情報（家庭、家族、宗教、健康、性、個人生活等）を、同意なく掲載してはならない。

（3）著作権の尊重

他人の文章や写真を剽窃するなど著作権を侵害する行為を行ってはならない。

（4）差別的表現の禁止

民族、国籍、出身、宗教、思想、信条、性、性的指向、身体的障害、職種等による偏見や差別を含む表現を行ってはならない。

（5）商業用広報の取扱い

本学の広報媒体の性格になじまない商業用広報を掲載してはならない。ただし、学長が認めた場合を除く。