

第15章 父母、校友等社会的ネットワークと広報活動

1 父母教育後援会

【理念・目的】

立命館大学父母教育後援会とは、学部学生父母の強い要請にこたえ、1992年に発足した学生の保証人を会員とする組織である。会長は学部学生保証人の1人が務め、学生約3万人の父母を会員として擁しており、会費収入に基づいて、父母懇談会、学生教育支援等の事業を進めている。

本会は、大学の教育方針に則って、大学と学生父母との連絡を密にし、教育事業を援助し、会員相互の親睦を図ることを会則上の目的としている（会則第2条）。したがって、父母教育後援会における運営の主な目標としては、以下の2点を掲げている。

- (1) 多くの場合、学費負担者である学生父母に対して、大学から学生の成績を送付し、キャンパス及び全都道府県で開催する懇談会において教職員が履修、就職支援の状況を説明するとともに、父母間の交流を図る取り組みにより、大学としての責任を果たすこと。
- (2) 父母教育後援会における財政の一部を有効に運用することによって、独自の学生教育支援を行うこと。

【実態】

各都道府県で実施した懇談会への参加者アンケートでは、「大学や子供の様子がよくわかる」など、おおむね好評を得ている。また、懇談会事業のほかにもさまざまな教育支援を実施している。

2003年度事業について

1. 懇談会事業

(1) オープンカレッジ

2003年5月24日(土)衣笠キャンパスオープンカレッジにおいて父母の要望に応え、総長、理事長によるスピーチを実施した。

(2) 都道府県懇談会：全国45会場で実施

交流会（出席者自費）もあわせて実施している。就職活動体験談にかかわり学生2名を派遣（文理系/男女）。委員から総会報告を行い、全会場で参加会員の意見を求めた。2003年11月15日には、京都・滋賀においても実施予定である。

(3) 秋季全国父母教育懇談会

2003年11月15日(土)衣笠キャンパス、びわこ・くさつキャンパスにて、進路就職説明、学生生活、学部別懇談会を実施予定である。

(4) アカデミック京都ウォッチング

2003年11月15日(土)、16(日) 京都・滋賀にて実施予定である。

2. 学生教育支援事業

(1) 奨学金支援

2002年度に引き続いて奨学金支援を行う。

(2) インターンシップ・海外実習支援

2003年度は、これまでの基準に基づいて支援額を増額してきている。

*この学生教育支援事業は、普及を奨励しての支援が開始後3年を経過したこと、取り組みが広がる中で定めた基準による支援総額が相当額に及ぶに至ったことに鑑み、2004年度支援計画の立案にあたっては新規の支援事業着手を見越し、見直しの対象として審議中である。

(3) 表彰制度

自主的出願、特徴ある優秀者選抜、「低回生奨励」の主旨に留意して表彰する。

(4) 就職活動支援

就職合同セミナー(札幌、静岡、名古屋、金沢、高松、広島、福岡)、キャリアアドバイザー懇談会開催への経済支援等を行う。

(5) 課外活動支援

競技試合等応援活動への援助、スポーツ文化芸術活動高度化のための備品購入、学生安心安全対策(防犯ベル、防犯自転車籠ネット購入ほか)など経済支援を行う。

(6) 留学生支援

「経済援助制度」「国民健康保険料補助」等を継続する。

(7) 入学式記念品(オリジナル手帳、キャンパスカレンダー)、卒業式記念品を贈呈する。

(8) 学部“周年”学生企画支援

2003年度該当者は、なかった。2004年度は「政策科学部10周年」で支援する。

3. その他

(1) 広報・通信事業

1) 広報紙誌・資料発行

会報、新聞記事に見る立命館(年2回)。立命館ガイド(新入生父母宛)等を発行し、会員に送付している。

2) ホームページの更新(適宜、催し案内やその報告、意見交流等を発信)

3) テレホンサービス(月1回更新)。

(2) 父母宛成績表送付(2004年度より各学部から送付し、その費用は会費より支出)

(3) 災害時における見舞金

2001年度までは、都道府県ごとに開催した懇談会が、各年半舷上陸の形で20数県ずつの開催状況であった。しかし、2002年度より大学の協力のもと、47都道府県一斉開催を可能とし、また、在住県以外の会場にも出席可とした。さらに、2003年度総会より代議制を採用入れ、「都道府県懇談会での論議に基礎を置いた合理的で民主的な運営が可能になった」等、会員からの積極的評価を得ている。

今後の取り組みとしては、当面、次の点をあげることができる。

- ・都道府県懇談会の上半期中に開催する(現状は下期の実施が1/3を占める)。
- ・都道府県懇談会の父母との懇談を中心に置いた合理的に運営する(現状は、必ずしも強い要望ではないアカデミック講義、交流会を企画に入れたまま推移してきている。これを廃止することを検討する)。
- ・会員の存在が大学における社会的ネットワーク拡大へつながっていくことにも配慮する。

2 校友組織

【理念・目的】

立命館大学校友会は、立命館大学およびその前身となる各校の卒業生全員で組織される同窓会組織であり、1911（明治44）年の大阪校友会の発足、翌1912（大正元）年の東京校友倶楽部の設立、1917（大正6）年の第1回全国校友大会開催にその淵源を持っている。現在の立命館大学校友会の組織は、1919（大正8）年に母校創立20周年を記念して開催された全国校友大会に際し、当時、すでに設立されていた京都校友会、大阪校友会、東京校友倶楽部を母体として、それらの統合により設立された。立命館大学校友会は、会活動の目的を「母校ノ発展ヲ期シ校友相互ノ親睦ヲ図ルヲ以テ目的」（当時の会則第3条）とすることを会の発足以来一貫した方針として堅持しており、母校と後輩への援助を第1の目標においている。

【実態】

現在、立命館大学校友会の構成員は国内外各地各分野で約26万名に及び、近畿圏中心から首都圏、世界へとその活動は広がっている。校友会本部は立命館大学内におかれ、学校法人立命館校友課が校友会から委託され所管している。国内すべての都道府県にわたって都道府県校友会組織をもち（基本的に直接的な下部組織は各県1組織に統合しているが、地域事情により複数が存在するケースも認めている）、現在、北海道、東北海道、青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京、神奈川県、新潟県、富山県、石川県、福井県、山梨県、長野県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県、滋賀県、京都、大阪、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県東部、鳥取県西部、島根県、岡山県、広島県、広島県東部、山口県、宇部・小野田、徳島県、香川県、愛媛県、高知県、福岡県、北九州、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県の名称で52の校友会組織が存在する。

またこれら都道府県校友会組織とは別にそれに準ずる15の海外支部校友会組織を有しており、2004年2月現在、北カリフォルニア、バンクーバー、台湾、タイ国、シンガポール、インドネシア、香港、韓国、ロスアンゼルス、英国、北京、テキサス、ニューヨーク、シカゴ、上海の支部名称で各国各地に設置している。近年、卒業生の活動地域の国際化に伴い、海外校友会組織は急速に増加しており、別途に発足している立命館アジア太平洋大学の同窓会組織との連携のもと、各国で新たな校友会組織の設立が進んでいる。

さらに、立命館大学校友会の構成員を対象として出身学部毎の同窓会活動も各学部で盛んに行われており、現在、法学部同窓会、産業社会学部リユニオン、国際関係学部校友会、政策科学部同窓会、経済学部同窓会、経営学部校友会、理工学部同窓会連絡協議会が存在する。さらに各学科・各専攻単位同窓会組織（文学部、理工学部などが中心）も組織されている。そしてこれらとは別に横断的な組織として体育会各部同窓会組織の連合体である立命館スポーツフェローなどの活動が行われている。各企業単位や出身サークル単位の同窓会組織は、2004年2月現在約450団体が登録されており、毎年増加している。

立命館大学校友会には、毎年本学を卒業する約7千名の新たな会員が加っている。近年は、学生数における女性数の増加に伴い、女性校友の比率が高まってきている。各同窓会組織

は、定期的に校友会本部との連絡のもとに各種の会合を開いており、その数は会本部に報告される限りにおいても年間約200回近くに上り、延べで約1万2千人ほどの会員が集う。このように、校友会の活動は着実に広まっている。

また、校友会は、各附属校の同窓会組織である清和会（立命館中学校高等学校同窓会）立命館宇治中学校高等学校同窓会、立命館慶祥中学校高等学校同窓会とともに、学校法人立命館の評議員を推挙している。また、立命館大学の学生に対しては、年間2千万円を超える奨学金の支給、課外活動支援、さらに就職活動支援などの援助活動を行っている。

3 広報活動

【理念・目的】

社会や科学技術が大きく変化するなかで、高等教育機関の役割はますます重要となっている。広報活動は高等教育機関としての大学の教育研究活動を、正確かつ適切に示していくことが求められる。とりわけ私立大学である本学は、建学の精神、教学理念に基づき、教育研究活動を進め、社会に広く、高く支持される学園を目指さなければならない。同時に、学園財政の大部分が学費収入に依っていることから、学生及びその父母に理解と納得が得られる大学としての姿を示し、「頼りになる高等教育機関」であることが求められる。

立命館大学は、さまざまなマスコミのランキングにより、「広報活動」において高い評価を受けている。それはパンフレット制作や報道機関への情報発信、各種広報展開の量や熱心さとあわせて、社会に求められる情報提供を行うという視点を貫徹してきたことによる。

また、本学における広報活動は、建学の精神、教学理念に基づいて展開されてきた学園の諸活動を広く学内外に示すことを通じて、高等教育機関として社会に対して説明責任を果たすこと、社会の要請に応え、支持され期待される学園としての到達点を形成すること、これらの取り組みを通じて学園関係者のみならず父母、校友を含め立命館アイデンティティを形成すること、を目標としてきた。

【実態】

広報活動は、主に 報道機関への対応、 広報物の制作、 広報活動の政策的展開、の3つを柱としている。それぞれの柱について、以下に実態を述べる。

報道機関への対応

報道機関への対応は、広報課が窓口となり、報道機関からの取材依頼への対応、報道機関へのニュースリリースなどの情報提供を主な内容としている。報道機関等からの広報課への取材依頼・問い合わせへの対応は年間約700件、報道機関へのニュースリリースは同約200件、記者発表は同約10回程度であり、報道機関とのトータルなコミュニケーション活動を進めている。学園創造の広がりとともに、報道機関とのリレーションも拡大し、新聞・テレビだけではなく、専門誌・経済誌、外国メディアや通信社からの取材依頼への対応や本学からの情報提供も行っている。

報道機関への対応は、その結果が社会にさまざまな形で報道を通して広がるため、正確さと適切さが求められる。報道機関への窓口を広報課に一本化している意味はここに

ある。また対応の記録、情報提供の方法も、そのフォーマットを統一するなど定型的スタイルを確立しており、対応や情報提供のノウハウを蓄積している。さらに、高等教育、他大学の記事をはじめ教育関連記事は、毎日、学園トップへ報告し、情報共有を図っている。

同時に、特に地元報道機関には、立命館大学（場合によっては、立命館アジア太平洋大学や附属校を含む）の学園創造や教育研究の考え方や政策について、十分理解してもらうことも必要である。このため、年1回、京都・滋賀エリアの報道機関編集局長・支局長との懇談会、立命館担当の記者との懇談会を、学園トップも出席する形で実施している。

広報物の制作

広報物は、数年前まで主に印刷物を媒体として展開してきた。その結果、キャンパスに印刷物が氾濫・過多の状況になっていることを踏まえ、目的・意図、対象などに見合う広報物間の調整と広報手段の合理化・効率化が求められた。各分野とも印刷物中心の広報スタイルは大きく見直されはじめ、媒体特性に応じた広報活動の追求が進められた。現在では広報物の大半をホームページにおいて展開している。また映像面でもVTRからCD-ROMやDVDへと展開する流れになっている。

現在、広報課で所管している広報物のうち、印刷物として発行しているものは、学園案内Crossroads（日本語・英語）、学園通信RS（学生向け）、UNITAS（学内広報誌）の3点を中心としており、いずれもその内容を大幅に刷新した。その視点は、ホームページ等別の媒体に相応しいコンテンツは掲載対象としない、逆に「紙」に相応しい情報（たとえば読み物的なコンテンツ）に特化する、スリム化したことを生かした機動力を発揮する（たとえば、学園案内は内容を年2回更新とする、ホームページと連動した企画を行う）などである。

一方、ホームページの管理運営とコンテンツ充実は、広報物制作業務の重点となった。ホームページは、その速報性、リンク等による他情報との組み合わせによる詳細情報の提供などその可能性を最大限に活かしつつ、訪問者のニーズに応える構成とコンテンツが求められている。2001年度よりホームページ管理運営委員会を発足させ、各部門におけるホームページを活用した情報発信を促すとともに、トップページ及び各コンテンツに入るためのメニュー構成の工夫、新着情報を軸に学園の最新情報を提供する工夫などを進めてきた。特に学園の最新情報であるトップページの「ピックアップ」項目については、休日を除きほぼ毎日のペースである年間約250件の情報更新を行っている。また、あわせて各部門のニュースにトップページから入れる「新着情報システム」を立ち上げ、各部門の最新情報についてもタイムリーに提供している。

トップページに関しては、毎年リニューアルを試み、特に在学生や受験生の立場に立った情報提供の構成を重視し、戦略的情報発信を進めている。そのため、学生（学生広報スタッフやRAINBOWスタッフ）の力量とアイデアを積極的に取り入れ、新しいコンテンツ作成や在学生向けページづくりも行っている。

印刷物及びホームページ以外の広報物としては、CD-ROMがある。CD-ROMに関しては学園案内の詳細版として制作しており、ホームページと連動させて活用している。

また、次項で述べることも関連するが、広報活動は以上のような定型的な広報物以外にも、学園の動きや取り組みに連動して臨時的に広報物を制作することにより、大きな効果を狙うことも重要な柱である。

広報活動の政策的展開

広報活動は、
・ で述べた定期的、経常的な情報発信のほか、学園の動きや政策展開に連動させて重点的、機動的に展開することもきわめて重要である。
・ の活動とあいまって広報活動を戦略的に実施することは、広報の訴求力を高め、学園アイデンティティ形成に大きく寄与している。

これまで、本学の経験では、1994年度のびわこ・くさつキャンパス（BK C）開設を契機に制定したロゴマークが、キャンパス二拠点化後の学園共通のシンボルとして、一体感やアイデンティティ形成に大きく寄与した。その後も学園の節目となる事業での広告展開、イベント企画・実施などを広報活動として位置づけるなど、学園戦略と直結する広報の取り組みが増加している。

最近では、2000年の100周年記念式典・関連イベントの総括事務局を広報活動として担ったほか、本学の大学改革の取り組みをまとめた「大学変革-哲学と実践-」の企画・出版などの実績がある。非定型的ではあるが学園政策の展開状況に相応しい方法と内容で、社会的に発信する学園政策を支援する機動的な広報活動は、広報活動の政策的展開として、今後、いっそう重要となる。

上記のほか、学園の諸情報の収集整理（行事予定、新聞等のスクラッピング、写真撮影と保存、他大学広報誌収集）などを行っている。

これらの広報活動は、基本的な学園共通の目標を掲げながら、具体的な広報対象を踏まえた重点的な展開を必要とする。学生・教職員・父母・校友をはじめとする学園関係者のアイデンティティを高め、社会に信頼され支持される学園として好ましいイメージを形成していく必要がある。

しかし、こうした好ましいイメージ形成のための方策は、その広報対象によって大きく異なる。何を広報素材としてどういうツールや媒体を活用して情報を発信していくかについての判断が重要である。また、広報課で展開している総括的な広報活動と、対象別の広報活動があいまって、はじめてその効果を発揮する。

現在、具体的には受験生及び高校・予備校には入学センター、父母には父母教育後援会、校友には校友会、また各部門の研究者や企業関係者向けにはそれぞれの研究組織など、広報対象の特性や関心に合わせ、関係各部署から必要な広報活動を進めており、広報課はその要の位置にある。広報課での取り組みは全学的なイメージ形成に寄与するとともに、各部課の取り組みをバックアップするものでもある。

これらのトータルな成果は、学園の発行しているホームページを含む各種広報物、昨今の新聞・雑誌での報道にみることができる。こうした旺盛な広報活動が、内外から「広報活動に熱心な大学」との評価を得て、社会的に定着してきているといえる。

なお、課題推進にあたっては、学生広報スタッフをはじめとする学生の力量、委託業者の力量を最大限引き出し、より相応しい広報コンテンツづくりの工夫を行っているのも特徴である。同時に、増加の一途をたどる発信すべき情報の処理・精選・加工と発信の判断

などが、広報業務の大きな位置を占めている。

【課題と改善の方法】

広報活動を推進していくうえで重要な課題は、学園の広報対象をどのように設定するか、学内外の広報ニーズを踏まえて、広報活動の内容をどのように高度化させるか、広報活動の費用対効果を考慮し、情報の性質に応じた媒体選択をどのように行うか、大学の「危機管理」に関わる広報対応をどのように進めるか、大学としてのアカウンタビリティ（説明責任）について広報を通じてどのようにその役割を果たすか、の5点に集約され、それぞれに対応した改善策策定が必要である。

学園の広報対象の設定

今日の広報活動は、情報発信や説明責任を含め、トータルに見て学園政策の「鏡」であり、情報発信のスタイルやコンテンツは学園ポリシーの表現でもある。同時に学園の諸事業は、学生及びその父母、さらに受験生に支持され求められるものである必要がある。広報活動でもこのことを表現できるように工夫を重ねてきている。昨今の大学をめぐる状況を見ると、この点はいっそう重要になると考える。

学園の規模・分野の拡大のなかで広報活動を展開する場合、対象がどのような層であっても、大学の情報である以上、まずその在學生や受験生に支持され期待され、理解されるものでなければならない。逆に在學生や受験生が好感を持ち、意義を認め、理解するコンテンツは幅広く社会に受け入れられ、支持される。そのことはトータルな学園への信頼や好感度につながる。

そうした視点から、改善策としては、これまでの各部門の広報物制作を含む広報活動について、さしあたり全体の広報活動のなかで大きなウエイトを占める入学試験広報との広報活動の調整課題を先行させつつ、全学的な視点から候補活動のトータルな再点検・再構築が必要である。

広報活動の内容の高度化

広報課のみではなく、各部門とも熱心な広報活動を展開しているつもりであっても、その効果測定は十分であるとは言えないのが現状である。広報活動は「発信側の論理」ではなく、「受信側の論理」、すなわち受け手の側に立った情報発信がその重要なキーになろう。

改善策としては、広報の効果測定はきわめて困難な課題であるが、大学の広報活動推進にあたっては、広報ニーズを的確にとらえる努力を怠らず、同時に訴求のしかたや手段についても検討を要する。その際、学生が評価し、その結果をもとに学生の参画を得て広報活動を高度化していくことを重視することとしている。この視点から、学生広報スタッフ制度を2002年度に発足させ、現在24名の学生スタッフが、企画、取材、記事作成などの分野において、学生の目線で広報の企画・制作に参加している。

同時に、学生アンケートやモニター制度など、さまざまな効果測定ツールを活用し、科学的な検証を積むことが重要であり、この分野においても、学生広報スタッフの充実は大きな意味をもつ。広報活動自身について出されているさまざまなランキング等の指

標を分析して広報活動の改善にフィードバックすることも有効な手立てである。

情報の性質に応じた媒体選択

従来「紙」中心の広報活動であったものが、ホームページやデジタル系のメディアなど媒体は急速に多様化している。本学においても、学園の活動の広がりや活性化により、広報物の種類は、増加の傾向にあるが、一方的な発信ではなく、「受信者」に的確に届くように工夫することで紙媒体の印刷部数などについては見直しを図り、むしろ減少させてきている。

今後はさらに、メディアの相互関係を踏まえた情報発信、例えば速報はホームページで、詳細は紙媒体で、などのメディアミックス・連携をいっそう進めることとしている。さらに広告と広報物の連携、報道機関への情報提供の時期・内容に合わせた広報物の効果的制作なども広報を戦略的に進めていく上で、大きな意味を持っている。

同時に、大学に対する関心が高まり、また多様化するなかで、「マス」を対象とした情報発信ではなく、「個」を対象にした情報発信の重要性も高まっている。ホームページではポータルサイトのしくみの検討など、個々人のニーズに対応できる情報発信の仕方、媒体の選定とその作り方を検討することが必要である。

また、前述のとも関連するが、私学財政の構造上、広報に要する経費も多くは学費に依っている。広報活動、広報展開の効果にふさわしい媒体開発・選択を行っていくことが重要である。

大学の「危機管理」に関わる広報対応

学園の規模拡大、活動範囲の広がりに伴い、大学としての危機管理体制の確立も重要度を増している。事件・事故、不祥事への対応という処理的な危機管理のみではなく、阪神淡路大震災時の安否確認や学生への情報提供、SARS発生時の海外渡航制限、9・11テロ発生時の学生安否確認や渡航制限など、社会や世界の動きに遅れを取ることなく、高等教育機関としての必要な行動、情報発信・提供が求められる事例が増加している。

そうした状況を踏まえて、当面の改善策として、緊急時の情報集中と大学としての責任体制及び情報発信の仕方や対応の原則など、一定のマニュアル化が必要である。あわせて、平時における広報対応原則、マニュアルの明文化、共有化を改めて行い、不測の事態にも備えることが求められている。

大学広報のアカウントビリティ

すでに述べたことを含め、私学といえども高等教育機関として、教育研究において大きな社会的責務を負っている。本学は従来から「ガラス張りの財政」に象徴されるように、積極的に情報公開を行ってきた。また、学生及び学費負担者である父母に対しても「大学公開・財政公開」の取り組みや広報物の制作を通じて、さまざまな情報を提供してきた。今日、より一歩踏み込んで、広報活動を大学としてのアカウントビリティの一環として、大学の姿勢や考え方を含めて社会に示し、それらについて理解され、支持される必要がある。大学が提供する情報の選択、わかりやすい開示の手段、媒体の選択など、アカウントビリティとしての広報活動の視点から、広報活動を点検していくことが、今後重要な課題である。