

2023度 広報(結果)

PLAN(計画)	DO(実施)	CHECK(評価)	ACITON(次への改善)
<p>P:目標を策定、実現するための具体的な方法を考える。</p> <p>【全学的方針】 2024年度の学院創立100年時に実現すべき大学のブランドイメージ(社会からの望ましい認識や評価)の目標像を広報部門の全学的方針として設定する。現時点で以下のとおりである。「“共育力の文京学院”であると認知されることで、その教育・環境に共感した高校生が入学し、主体的に学ぶ学生が増えることで教育効果が最大化され、卒業生が自信をもって社会で活躍できている」(2020年7月17日付資料より)。 こうした全学的なブランドイメージ(認識や評価)を獲得できれば、本学経営の有効な資源となる。各部門の個別の活動や努力を、大学全体のマネジメントの成果として見せていくことが、これまで以上に容易になろう。また、内部質保証の全学的な方針、手続き、活動等が円滑に管理・運営されていることを示す場合等にも、有効なサポートを与えることができるだろう。 ブランドイメージ(認識や評価)目標を2024年度までにどこまで実現できるかは、それにふさわしい実体や活動づくりと的確な情報発信の二つを、どう展開できるかにかかっている。</p>	<p>D:計画を実行しその効果を測定する。</p> <p>実施状況(実施率)</p> <p>40%</p> <p>「広報委員会」 「大学ブランディング推進委員会」を中心に、下記のようなコミュニケーション活動を展開した。 ■100周年企画との必要に応じた連携。駅看板の意匠変更や、SNSでのステークホルダーへのアプローチ等で、100周年基軸とした発信を展開した。</p>	<p>C:目標とその実践の差異、実践した行動の評価・分析を行う。</p> <p>評価</p> <p>予算等の関係もあり実施できなかった活動もあった。 ■広告等の情報発信。 ■インターナルコミュニケーション活動。 ■「学生ブランディング委員会」メンバーの募集と活動。</p>	<p>評価の理由/課題/根拠データ等</p> <p>HPプレスリリース履歴</p> <p>A:課題や問題点についての改善、対策を行い、次への「PLAN」へ繋げる</p> <p>2024年度は、学院創立100年の節目の年を迎える。計画を今一度確認するとともに、ブランディング活動(大学ブランディング推進委員会)と各部門や委員会等との連携を一層強化し、目標実現に向けた体勢を形づくってきたい。広報委員会と入試広報の連強化もさらに積極的に進めたい。そして積極的なコミュニケーション活動を展開していきたい。</p>
<p>【ふさわしい実体や活動づくりにおける2023年度の目標】 実体や活動づくりには、教職員や学生にその目的やねらいをよく理解、共感してもらうことが欠かせない。したがって今年度は、昨年度までにブランディング活動の認知率や理解率が高まった教職員においては共感率(ブランディングの趣旨に共感し、自らも主体的に役割を果たそうとする意識を持った人の割合)の向上を、また認知度がまだ十分ではない学生においては認知率の一層の向上を、それぞれ目標(KPI)として設定する。 ■ブランディングのタグライン「共に育つ、わくわく悩む。」に対する認知率と共感率で定めることとする。学生は認知率60%、教職員は共感率10%をそれぞれ目標とする。 (※ベンチマークは、目標とすべき他大学の情報の入手が困難なため、設定しない)</p>	<p>「大学ブランディング推進委員会」を中心に活動を展開した。 ■本学ならではのチームビルディング方法論の開発と動画発信。 ・タグラインを体現化した「社会を巻き込み、社会と共に育つチームビルディング」の方法論を確立すると共に、その方法論による学生たちの学びの生きた姿を、リアルな動画で発信する。方法論の確立は、作業を継続中。動画は3本(心理学科、五街道)制作。 ■各学部の教員学生の皆さんに、5本のTikTok動画にも参画してもらう(外国語学部と経営学部)。</p> <p>40%</p> <p>■学生の認知率と教職員の共感率の調査は、年度内に実施できなかった。</p>	<p>動画による情報発信に積極的に取り組めた。広報目的の動画も22本制作。</p>	<p>youtube上の動画</p> <p>計画を今一度確認するとともに、ブランディング活動(大学ブランディング推進委員会)と各部門や委員会等との連携を一層強化し、目標実現に向けた体勢を形づくってきたい。</p>

2024年度 広報

PLAN(計画)
<p>P:目標を策定、実現するための具体的な方法を考える。</p> <p>【全学的方針】 委員長引き継ぎに伴い、改めて広報部門の最重要課題を確認する。2023年度までの最重要課題は現時点で以下のとおりである。「本学の次の100年に向けて、ブランディングのコンセプトやタグラインの浸透を図り、価値の高い大学としての認識を学内外で高めることで、本学の競争力の強化に貢献する」。 課題をどこまで実現できるかは、それにふさわしい実体や活動づくりと的確な情報発信の二つを、どう展開できるかにかかっている。 以上に加えて、まずは大学名そのものの知名度の浸透について抜本的方法を再構築するための情報収集を開始するが、すでに喫緊の課題であるため、必要とされる措置は可能なものから随時採用していく。 さらに、本学広報は、広報委員会、PR定例会議、そして入試広報(募集戦略会議)で運営されており、入試広報のみ、ステークホルダーが高校生およびその保証人であり、学生募集を主たる目的としている一方、他の広報会議は大学、学院全体の広報に関連する。大学の知名度向上の目的も含めて各会議間の情報共有が欠かせない。この情報共有方法について、2024年度はさらに共有の円滑化を図る。</p>
<p>【ふさわしい実体や活動づくりにおける2024年度の目標】 ①実体や活動づくりでは、教職員や学生にその目的やねらいをよく理解、共感してもらうことが欠かせない。 ■ブランディングのタグライン「共に育つ、わくわく悩む。」に対する認知率と共感率で定めることとする。学生は認知率60%、教職員は共感率10%をそれぞれ目標とする。 (※ベンチマークは、目標とすべき他大学の情報の入手が困難なため、設定しない) ②重要な外部ステークホルダーである本学指定校へも、情報発信を進めたい。 ■本学指定校の高等学校進路指導教員におけるブランドタグライン認知率60%を目標とする。</p>

2023度 広報(結果)

PLAN(計画)	DO(実施)		CHECK(評価)		ACITON(次への改善)
P:目標を策定、実現するための具体的な方法を考える。	D:計画を実行しその効果を測定する。	実施状況 (実施率)	C:目標とその実践の差異、実践した行動の評価・分析を行う。	評価	A:課題や問題点についての改善、対策を行い、次への「PLAN」へ繋げる
<p>【的確な情報発信における2023年度の目標】</p> <p>①公式HPのリニューアルを継続し、積み残し部分を完成させたい。 ■公式HPの完成。</p> <p>②本学指定校への情報発信を進めたい。 ■本学指定校の高等学校進路指導教員におけるブランドタグライン認知率60%を目標とする。</p> <p>③さらにリリース配信数とメディアへの露出数を目標として設定する。 ■リリース配信：50本/年 →2022年度と同様に設定</p> <p>■露出数：430件/年 →2022年度と同様に設定</p> <p>■「有力」媒体露出：露出数の54%以上 →新たに「有力」媒体を設定。 露出数に占める「有力」媒体の割合を新たな目標とする。</p> <p>■動画による情報発信に関するKPIについても検討中。 (※ベンチマークは、目標とすべき他大学の情報の入手が困難なため、設定しない)</p>	<p>「広報委員会」を中心に活動した。</p> <p>■新公式HPの作成作業を進め、一通りの完成を見た。</p> <p>■リリース配信：2024年3月29日時点で56本(年間目標本数を達成)。</p> <p>■露出数:2024年3月29日時点で593件(年間目標件数は未達)。</p> <p>■「有力」媒体露出:2024年3月29日時点で241件(年間目標件数を達成)。</p>	<p>90%</p> <p>■随時作業を継続。</p> <p>■指定校教員への調査は、今年度入試広報センターでの調査がなく、実施できなかった。</p> <p>■リリース配信達成率 112.0%。</p> <p>■露出数達成率 137.9%。</p> <p>■「有力」媒体露出達成率 103.8%。</p>	<p>基本的に順調に推移した。</p>	<p>HP</p> <p>youtube上の動画</p> <p>PR定例会議および広報委員会議事録</p>	<p>現在の活動状況を維持しつつ、一層の向上を目指したい。広報委員会と入試広報の連強化もさらに積極的に進めたい。</p>

2024年度 広報

PLAN(計画)
<p>P:目標を策定、実現するための具体的な方法を考える。</p> <p>【的確な情報発信における2024年度の目標】</p> <p>①情報発信については、公式HPの最適化を進める。 ■公式HPの最適化。</p> <p>②併せて、リリース配信数とメディアへの露出数等を目標として設定する。 ■リリース配信：50本/年 →2023年度と同様に設定</p> <p>■露出数：500件/年</p> <p>■「有力」媒体露出:露出数の45%以上 →露出数に占める「有力」媒体の割合を目標とする。</p> <p>■動画による情報発信に関するKPIについても検討。 (※ベンチマークは、目標とすべき他大学の情報の入手が困難なため、設定しない)</p>