

筑波大学広報戦略

〔 令和4年11月1日
 広報局決定 〕

【行動目標】

1. 大学の現在、そして、未来を見据えた動きを発信し、教育研究機関としての本学の価値を高めていく。
2. 大学経営に資する情報を発信し、国内および国際の舞台で、本学の持つビジョンを積極的に打ち出していく。
3. 校章やブランドスローガンなどの認知度を高め、大学のブランディング戦略を推進していく。
4. 情報の発信にあたっては、デジタル時代を意識し、多彩な方法で、効果的・効率的な運用に努めていく。

【行動目標を実現する基本方策】

大学が有する価値を表層化させ、大学が自ら設定した目的の達成に向けて情報を発信する。

1. 広報体制の強化（学内）
 - 関連組織との連携を強化し、大学に関わる個々のステークホルダーの動向を追い続けるとともに、学内組織が提供する情報だけでなく、自らが情報を掘り起こしていく。
 - 発信された情報が認知度や評判の向上に繋がり、優秀な人材の獲得や外部資金の増にも寄与するといった好循環を生み出す広報エコシステムの確立を目指す。
 - 学内への情報発信を抜本的に強化し、学内ステークホルダー（教職員・学生）との意思疎通を向上させる。
2. 発信力の強化（対外的）
 - メディアに対して、プレスリリースや記者会見などを通じて、積極的な広報活動を展開し、発信量を質的・量的に強化する。
 - SNS等も含めた各種広報媒体の特性とステークホルダーとのエンゲージメントを意識した効果的なコンテンツ作成とタイムリーな情報発信に努める。
 - 筑波会議やTGSW等の重点イベントを推進することにより、本学のレピュテーションをグローバルに高めていく。
 - リスク事案発生時における関係部署との連携を強化し、適切な情報発信を行う。