

■進捗状況

中項目 5 - 19

公開日：2026年 6月

分野	項目名
経営基盤の構築	ブランド力向上
内容	
ブランド体系指針をリニューアルし、様々な媒体を通じたコンテンツの発信等により、本学のブランディング活動を推進する。また、ソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）や動画共有サービス等をこれまで以上に活用し、国内外の高校生やその保護者をはじめとしたステークホルダーとのコミュニケーションを強化する。	
	取組状況
2021年度	・本学のイメージを訴求するブランド体系指針をリニューアルし、教職員向けのガイドラインを作成した。また、各種アプリケーションを開発し、様々な媒体での使用を開始した。 ・国内外の受験生やその保護者をはじめ、ステークホルダーとのコミュニケーション活動の強化を目的に、大学・短期大学ウェブサイトやソーシャルメディアを通じた情報発信に取り組んだ。
2022年度	・オープンキャンパスの開催にあわせて、国際協力に興味のある高校1・2年生を対象とした、1日仕事体験のイベントをあらたに実施した。高校現場での探究学習と関連する企画でもあり、満足度が高かったことが参加者アンケートの結果から確認された。 ・国内外の受験生やその保護者をはじめ、ステークホルダーとのコミュニケーション活動の強化を目的に、大学・短期大学ホームページやソーシャルメディア、動画コンテンツを通じた情報発信に取り組んだ。特にソーシャルメディアにおいては、インスタグラム、ツイッターを重点施策と位置づけ、参加型キャンペーン等を実施した。
2023年度	・本年度より2024年9月公開を目指して本学ホームページ（外国語ページ含む）のリニューアル作業を開始した。サイト構成やコンテンツを見直すとともに、高校生に親しみやすいデザインとし、利便性とユーザビリティの高いホームページとなるよう、関係各所と連携して準備を進めた。 ・国内外の受験生やその保護者をはじめ、ステークホルダーとのコミュニケーション活動の強化を目的にソーシャルメディアを活用した広報を推進する中で、縦型ショート動画の施策に重点を置き、本学の魅力や特徴の情報発信に取り組んだ。
2024年度	・大学・短大ホームページ（外国語ページ含む）の全面リニューアルを行い、予定通り9月に公開した。サイト構成やコンテンツを見直すとともに、高校生に親しみやすいデザインとし、利便性とユーザビリティの高いホームページとなるよう、関係各所と連携して対応を進めた。 ・ソーシャルメディアの運用にあたっては、縦型ショート動画の施策に重点を置き、本学の魅力や特徴の情報発信に取り組んだ。また、教育成果や教学に係る取り組み状況など教育の質に関する情報、経営に関する情報についてはホームページを通じて積極的な情報公開に努めた。

2025年度	・国内外の受験生や保護者、その他のステークホルダーとのコミュニケーション強化を目的に、ホームページやソーシャルメディア、動画制作、広報イベントを多角的に活用した情報発信に取り組んだ。 ・特に明年度開設の新学部・学科については、その特色を多角的に紹介する企画を重点的に実施し、志願動機の形成に注力した。また、学生との連携・協力による企画を継続的に実施し、学生目線のリアルな情報を発信することで本学への理解と共感を促す広報を展開した。
--------	--

事業計画 5－19－49

達成度 A・・・達成 B・・・一部達成 C・・・未達成

計画名	新たなブランド体系指針に基づく、ブランディング戦略の推進					
実行開始年度	2021年度					
年度達成度	2021年度	A	2025年度	A	2028年度	
	2022年度	A	2026年度		2029年度	
	2023年度	A	2027年度		2030年度	
	2024年度	A	最終目標からの達成度		A	
2026年度以降	最終目標を達成しており、2025年度をもって「完了」とする。					

事業計画 5－19－50

達成度 A・・・達成 B・・・一部達成 C・・・未達成

計画名	デジタル時代に対応したSNS戦略の強化					
実行開始年度	2021年度					
年度達成度	2021年度	A	2025年度	A	2028年度	
	2022年度	A	2026年度		2029年度	
	2023年度	A	2027年度		2030年度	
	2024年度	A	最終目標からの達成度		A	
2026年度以降	最終目標を達成しており、2025年度をもって「完了」とする。					