

15 大学全体の社会との連携

15 大学全体の社会との連携

「教育」と「研究」の充実をはかり、その質を不断に向上させていくことは、社会に対する大学の使命であり、最大の責務であることはいうまでもないことである。しかし、大学は内なる質の向上を図るだけでなく、社会との交流・連携のなかで、さまざまな形での「社会への貢献」に努めるとともに、社会の人材・技術などを大学において有効活用することによって、「社会に開かれた大学」として存立することができるのである。

大学組織を構成する教員・職員・学生のそれぞれの立場から、社会との交流・提携を行うことができる。主なものとしては、①教員の学会活動、公的機関での公務活動など、②公共団体や企業との共同研究やそれら組織からの受託研究、③研究、研究成果の公開、④大学での研究成果を広く市民に公開して実施する「公開講座」、⑤市民相談への対応、⑥図書館をはじめとする大学諸施設の地域住民の方々への開放、⑦リカレント教育とその一環としての社会人のリフレッシュ教育（社会人入学）、⑧企業からの講師の登用、⑨学生の社会との交流・連携（インターンシップ制度、ボランティア活動、クラブ活動の成果の発表、就職活動など）⑩職員の社会との交流（ボランティア活動・地域社会活動など）があげられよう。

また、大学は教育・研究の現状とその内容をはじめとするさまざまな情報を、学内だけでなく地域社会や広く社会全体にたいして説明する責務を負っている。それを担う広報活動は、社会との連携・交流を進める上で必要不可欠なものであると考えられる。

本項では、大学全体としての取り組みとして特長のある連携と交流について検討し、学部・研究科の連携・交流についての詳細は、各報告書に譲ることとする。

ここでは、民間等との共同研究と受託研究のための組織としての「近畿大学リエゾンセンター」、地元企業への研究協力としての「東大阪技術交流プラザ」、生涯教育推進のための「公開市民講座」と「図書館の開放」、大学の「広報活動」などに焦点をあてて、検討・報告する。

（ア）企業との共同研究、受託研究（近畿大学リエゾンセンター）

a 現状の説明

大学の使命に関する社会の要請は、社会・経済の発展に対する大学のより一層積極的な貢献を期待して、社会に開かれた大学への変化を求めている。すなわち、社会は今後の大学の使命として、教育の研究に加えて、大学に蓄積された豊富な知的資源を社会に発信することを要請している。企業等との共同研究、受託研究などによる産官学の連携・交流は、大学から社会への知的情報の発信に関わる最も有力な手段である。大学の改革の運営基盤を確立するには、財源の確保が重要な課題であり、共同研究、受託研究、国、自治体等のプロジェクトへの参加などによる外部資金の導入が重要である。産官学の提携・交流活動は、そのための有力な手段の一つである。最近、近畿大学においては、企業等との共同研究、受託研究にとどまらず、広く産官学の連携・交流を推進しようとする取り組みが活

発化しつつある。

- ① 平成 11 年 4 月に、新しい研究領域、新しい時代の変化、新しい社会のニーズに対応すべく、本学総合理工学研究科が新たに発足したが、これを機として、開かれた大学院をアピールするとともに産官学の連携・交流をより一層推進するために、大学院の研究成果を公開するオープンフォーラムを開催した（平成 11 年 9 月）。このフォーラムには、地元企業をはじめとして、49 名が参加した。
- ② 平成 11 年度科学技術庁と文部省の共同施策に基づく、地域の大学、国公立研究所における研究成果の活用（技術移転）を目的とした「地域研究開発促進拠点支援事業（研究成果育成型、RSP）」が、大阪地域においては、大阪科学技術センターを拠点として実施されている。本学教員は、この事業における「成果育成活用促進会議委員」および「産官学連携協議会委員」に就任するとともに、3 件の研究成果を提案した。その中、1 課題は平成 12 年度の育成試験課題候補として採択され、研究の推進に際して予算化されることとなっている。
- ③ 近畿大学が立地する東大阪市は、約 9,000 社の中小企業が集積する地域であるとともに、国内トップシェアの製品をつくる企業が 100 社以上あり、高い技術力をもつ技術集積地域である。したがって、本学にとって、地元企業等との連携・交流を推進し、産業技術の発展に貢献することは、極めて重要な意義のある活動である。この観点に立つて、本学は、東大阪市の事業に関して、産官学の技術交流を促進するためのネットワーク構築に関わる「東大阪市技術交流プラザ」（事務局は東大阪市経済局）、東大阪地域における産官学の連携・交流とベンチャー企業の支援や設立に関して検討する「大学等技術移転検討委員会」（事務局は東大阪市商工会議所）などに参画してきた。

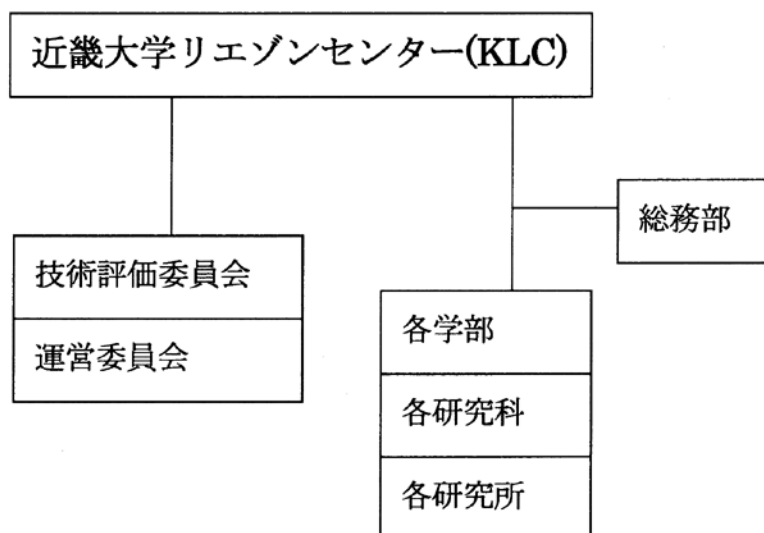
近畿大学は、このような産官学の連携・交流活動を、さらに積極的、効果的に推進するために、平成 12 年 2 月 1 日に、「近畿大学リエゾンセンター（KLC）」を設置した。KLC は、「近畿大学における研究者の研究ポテンシャルを活用した産官学の連携・交流の推進と、これをベースとして研究成果の企業等への移転を促進する」といった活動を、円滑に推進するための支援組織として位置付けられるものである。言い換えれば、産業界等から近畿大学へ、あるいは近畿大学から産業界へアクセスする際の窓口となるものである。

KLC は、全学的な組織であり、センター長、副センター長、所員（教授）、協力所員、事務局などで構成される。現在、所員は、理工学部、法学部、薬学部、農学部、医学部、生物理工学部、理工学総合研究所に、各 1 名が位置されている。また、広範でさまざまなニーズにきめ細かく対応するために、各学科に協力所員が配置されることになっている。KLC の事務局は総務部総務課であり、KLC に関する連絡は、まず総務課を通すこととしている。なお、KLC に付属する「技術評価委員会」は、研究者から提出された発明に関して職務発明としての適否を審議する機関であり、「運営委員会」は、KLC の管理・運営や本学における産官学の連携・交流のあり方など、事業の展開に関する課題について検討する機関である。

KLC の主な業務は、①共同研究、受託研究、プロジェクト研究、技術相談・指導、高度技術者教育、設備使用など、種々の研究ニーズへの対応、②研究成果の実用化（技術移転）の促進、③研究情

報の提供などに関わるものである。現在、外部からの各種のニーズに対応するとともに、KLCの業務を本格的に推進するための体制設備、広報活動に取り組んでいる。

KLC の組織図



b 点検・評価、長所と問題点

産官学の連携・交流は、大学の社会貢献、大学における研究の活性化等を意図したものであり、組織的、継続的に活動を展開していくことが重要である。このためには、活動を円滑に推進するための支援組織として、また大学の組織として設置されたKLCを拠点に、産官学の連携・交流を展開していく必要がある。

本学における産官学の連携・交流活動の拠点として、KLCには、少なくとも、次のような役割が求められる。

①近畿大学は、大学院11研究科33専攻、10学部42学科、16研究所からなる総合大学である。

この利点を生かすには、学際的、複合的、総合的な種々のニーズに対して、学部や学科の枠を超えた組織的な対応を行うためのコーディネーション（企画・調整）が求められる。

②技術移転等を含む連携・交流において、プロセスの透明化を図る。

③外部の種々の要求（意見・苦情等）から研究者を守るとともに、研究者の要求（意見・希望等）を伝達する。

④ ニーズには、迅速に、柔軟に、信頼感（秘密の厳守）を与えた対応をするとともに、企業等と研究者がフランクに接触できる場の提供と雰囲気醸成する。

産官学の連携・交流の継続的、成功的な展開は、研究シーズを外部からのニーズのマッチングに関する実績を上げていくことが基本である。このためには、KLCにおいて、研究シーズ（研究課題・成果、特許等）に関するデータベース（D/B）を構築し、公開・提供することが前提である。なお、

一般に、企業からのニーズの提供は意外に少ないといわれており、技術相談や企業訪問などを行って積極的にニーズの調査、把握に努めることが必要であろう。また、研究活動の展開を図るという観点から、研究シーズに基づいて、国、自治体等のプロジェクトへの提案と参画を積極的行うことが重要である。研究費における外部資金の導入策としても効果的である。

産官学の連携・交流の効果的な推進には、産業界等と大学との信頼関係が基本である。このためには、大学において、シーズ・ニーズのマッチングに関するコーディネーション、特許管理とその活用に対するアドバイス、中小企業やベンチャービジネスにおけるマネジメント、などに対応できる人材を育成することが課題である。

c 将来の改善・改革に向けた方策

企業等との共同研究、受託研究に対する教員の関心は、現状では、必ずしも高いとはいえない。広く産官学の連携・交流を展開するには、この活動に向けた学内の意識改革のための論議、啓蒙が必要であろう。技術移転、研究情報の提供などを含む研究シーズの活用は、いわば産業界へのニーズへの対応である。一方、工学的な研究では、産業界のニーズ（例えば、生産現場の問題点）の中に刺激的な要素が多く、それらを科学的に取り上げて研究テーマに設定することは、研究分野の拡大、研究の活性化などを図る上で有効であると期待される。言い換えれば、生産現場の問題点の中から普遍的な課題を見いだすことは、産官学の連携・交流の意義の一つである。近畿大学の理念・目的は「実践的学問、実学」であるが、「現場に役立つ学問」とともに「現場に学ぶ学問」の要求が社会からますます強くなってきている。

KLCは、技術移転に関わる業務を担当することになっている。このためには、基本的に、特許に関わる管理が重要である。技術移転を促進するには、少なくとも、外部に技術移転に対する大学の積極的な姿勢を明確に示すという観点から、職務発明に基づく（職務発明規程は整備済み）大学所有の特許を増すことが必要である。本学は、KLCに付属する技術評価委員会において、研究成果の特許性を評価し、職務発明として「適」と認められた場合、大学が特許の取得、維持に関する費用を負担して、特許権を所有するという制度を確立しつつあるが、一方では、教員が特許の所有と活用に対する関心を高め、研究成果の特許性を自ら検討して、積極的に特許出願を行うように啓蒙することが重要である。

産官学の連携・交流に関する大学の業務内容は、共同研究、受託研究、技術相談、高度技術者研修などの例にみられるように、国公立研究所における業務と類似していることが多い。研究課題および、課題に対するアプローチは、大学と研究所とは異なっている場合があるので、業務内容が類似していても構わないし、活動を積極的に推進することが重要である。しかしながら、少なくとも、大学と研究所は、本来、役割が異なっているはずであり、真に大学的な連携・交流策を、さらにいえば本学に特徴的な連携・交流を模索し、確立することが重要であると思われる。KLCに付属する運営委員会における検討課題である。

(イ) 地元企業との研究協力

a 現状の説明

近畿大学は、本学が立地する東大阪地域における産業技術の発展に貢献すべく、理工学部が中心となって、企業の技術相談等に対応する一方、東大阪市や、東大阪商工会議所の事業に参画してきた。

東大阪市は、市内の高い技術力を全国にPRするとともに技術シーズとニーズの交流を図るため、インターネット上に「東大阪技術交流プラザ」の開設を企図した。本学教員は、最初から、事業の推進を支援する「東大阪市技術交流プラザ事業研究委員会」のメンバーとして加わり、技術交流ネットワークの構築に貢献してきた。現在、本学を含む各大学、研究機関、企業等、約1,000の機関が参加したネットワークが構築されつつある。今後、このネットワークに、本学の研究シーズを提供していく予定である。

東大阪商工会議所は、通商産業省の平成10年度事業である「コーディネート活動支援事業（提案公募型）」に基づいて、「大学技術移転検討委員会」を創設した。本学教員はこの委員会委員長に就任し、東大阪地域を中心とした産官学連携のあり方等について検討し、報告書を作成した。そして、東大阪商工会議所は東大阪市立産業技術センター等と協力しながら、産官学の連携事業の強化（産官学共同研究、起業家育成等）、技術移転機能の拡充等を目指すとともに、これらの事業を推進するための「大学等技術連携協議会」を設置することなどを提案した。

b 点検・評価、長所と問題点

技術情報の交流の推進、産官学共同研究の推進、起業家育成など、東大阪地域における産業技術の発展に向けて、大学や研究機関が協力する方向付けは確立されつつある。今後は、研究シーズとニーズのマッチングに関する実績を上げていくことが課題である。本学は、東大阪地域における連携・交流をKLCの業務の柱と位置付けて、研究シーズの公開、技術相談への対応や企業訪問等によるニーズの把握に努めることが重要である。なお、東大阪地域の中小企業においては、製造技術は高レベルであっても、評価技術（例えば、検査・計測技術）に比較的弱い企業が多いといわれており、大学や研究機関の協力が期待される。

c 将来の改善・改革に向けた方策

東大阪地域には、高い技術力をもつ製造業者が約9,000社集積しており、業務分野は極めて多岐にわたっている。したがって、ニーズは多種多様で、学際的であり、広い研究分野に関わっている。このようなニーズに対応するには、理工学部だけでなく全学的な対応を図るとともに、他の大学、研究機関との連携・交流が不可欠であろう。東大阪地域に本部をもつ本学には、これらの連携・交流に関わるコーディネーションに積極的に取り組むことが期待される。

(ウ) 公開講座

a 現状の説明

本部キャンパス（農学部を含む）では、「開かれた大学」推進の一環として、学問と研究成果を地域社会および住民の方々に還元するとともに、大学への理解を深めてもらうために、昭和 55 年から「公開講座」を実施し、昨年 20 回目をむかえた。

当初から、東大阪市教育委員会との共同開催で行っているが、最近では、本学が実質的に準備・運営の全体を担当し、開催している。

本学では、各学部長等で構成する近畿大学公開講座委員会を設置し、そのもとに、ワーキング・グループがあり、公開講座の推進と充実を図っている。委員会では、時代の潮流、参加者からのアンケート結果、教職員の意見などを参考にして、毎年の基本テーマを決定し、ワーキング・グループは基本テーマをベースとして、各学部において適切であると考えられる教員の人選と運営を担当している。最近では、毎回 6 名の教員が各学部から選ばれ、基本テーマに対する専攻分野からの研究成果を平易にわかりやすく講演している。

開催時期に関しては、毎年 9 月から 10 月にかけての土曜日に 3 回にわたって、本学の本館 7 階ホール、11 月ホールを会場として開催している。

広報活動としては、従来から行っている過去の参加者への案内、東大阪市、市の教育委員会、公立図書館、他大学へのポスターとパンフレットの配布などに加えて、昨年は 20 周年記念講座として、新聞、電車内の中吊り、折込みなどを用いて告知活動を行った。

過去 5 年間の基本テーマと参加者数は表 1 に第 20 回の参加者の年齢構成（男女比はほぼ同数である）は表 2 に示したようになっている。

表 1 過去 5 年間の公開講座のテーマと参加人数

年度		第 1 日目	第 2 日目	第 3 日目	のべ参加人数
平成 7 年度 第 16 回	不確実時代に生きる知恵	352 人	344 人	332 人	1,028 人
平成 8 年度 第 17 回	21 世紀を拓く多様な展望	349 人	334 人	327 人	1,010 人
平成 9 年度 第 18 回	21 世紀を共生の時代に	324 人	308 人	305 人	937 人
平成 10 年度 第 19 回	希望と活力の新世紀をめざして	329 人	356 人	271 人	956 人
平成 11 年度 第 20 回	21 世紀への新たなる船出 人間性の回復と学問のすすめ	381 人	412 人	625 人	1,418 人

表2 第20回大会の参加者の年齢構成

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
構成比	4.5%	5.4%	3.2%	10.8%	25.9%	31.5%	23.4%

この公開講座以外にも、薬学部では薬剤師の資質向上を図るために「生涯教育研修会」を開催している。また、文芸学部は単独で、一般市民と学生を対象として、文芸講演会、英米文学専攻主催講演会、日本文学専攻講演会、文化学科講演会などを数多く開催している。講師は外部から招聘している場合がほとんどである。著名な講師陣に対しては、一般市民の関心も高く、質疑応答も活発に行われている。医学部も単独で健康に関する身近なテーマを取り上げ公開講座を開催するとともに、地域の臨床医を対象とした学術後援会を行い、臨床医の生涯学習の一助としている。

工学部では、平成10年度から工学部公開講座に取り組むために本部キャンパスと同様の組織を設置し、昨年は、呉学舎と東広島学舎でコンピュータ関連の実技・実習の講座と講義形式の講座を8講座開講した。同様に、九州工学部においても講演会方式、演習方式、または実習方式で公開講座を行っている。

b 点検・評価、長所と問題点

20回をむかえた本部キャンパスの公開講座は、できるだけ地域の人たちが関心をもてる教養的なテーマをとりあげるとともに、技術の進歩や時代の潮流を理解してもらうことを基本に開催してきた。近畿大学の総合大学として、どのようなテーマにも幅ひろく対応できるという特徴を生かしながら開講することによって、高い評価を得ている。

多様な生涯学習のニーズを持つ地域の人たちにしっかり定着し、近畿大学の各学部の研究と大学全体を広く知ってもらうことに貢献してきた。継続して聴講する市民の人たちも増加してきており、「大学の知」を発信する場としての役割を充分に果たしているといえる。また、工学部や九州工学部の公開講座も、情報関連の施設を利用した「リカレント教育」の講座を中心として開講し、地域の人たちの生涯学習ニーズに合致するものであり、高い評価を受けている。

このように地域社会との接点として重要な役割を果たしてきた公開講座ではあるが、現実を直視して、いくつかの重要な問題点を確認しておくことも必要である。

本部キャンパスの公開講座は20回目をむかえたが、最近を受講者数が1,000人前後で横ばいの状態で推移しており、より多くの参加を得るためには、20回を1つの節目として、21回目以降、地域の人たちにとって魅力的で斬新な講座内容にすることによって、市民の人たちに親しまれるとともに有意義な学習の機会を提供していくことが必要であろう。過去の受講者数を見てみると、受講者に身近なテーマや多彩なプログラムの場合には受講者が多くなっている。たとえば、20回目の記念講座として活発な広報活動を展開したこともあるが、最終日の3日目に近畿大学豊岡短期大学の藤原俊輔先生（テノール）の独唱、近畿大学吹奏楽部の演奏など、多様なプログラムを用意したことによって受講者数が増加している。

2番目の問題点は、受講者の多くが「固定層」になりつつあり、新しい聴衆の増加が少なく、また、

聴衆は比較的時間の余裕のある「中高齢者層」に集中しており、青年層の受講が少ないことである。これも、テーマ設定と内容、講義形式を中心とする開講方法、開催日時、および広報活動等に関わる問題であると考えられる。

また、工学部と九州工学部は教員が理工系に集中しており、公開講座の内容が理工系の講座に偏りがちであるが、地域の人たちの学習ニーズは多様化・高度化しており、テーマとプログラムの改善が必要である。

c 将来の改善・改革に向けた方策

「開かれた大学」を目指し、「大学の社会貢献」を実現するための方法として、本学においても知の発信の場として、また、地域の生涯学習の場として、「公開講座」に積極的に取り組んでおり、高い評価を得ている。しかし、現状に満足することなく、現状が抱える問題点を改善し、より成果の高いものにする努力をしていかなければならない。

公開講座を継続し、その成果を高めるために検討・改善すべき項目としては、①地域の生涯学習ニーズをベースとした基本テーマ・身近な日常生活に関するサブ・テーマの設定、②講義形式の講座だけでなく、受講者が主体的に参加するプログラムの準備、③教員による講義だけでなく、大学の資源（施設、クラブなど）を活用した多様なプログラムの開発、④開催回数、開催時期、開始時間などの検討、⑤開催場所を本部キャンパスだけに限定せず、大学の関連施設がある地域での開催の計画、⑥広く住民を対象とする講座だけでなく、テーマや受講対象者（例えば、青年層などに）を絞った講座の開講、⑦分散する各学部や学部単独で行っている公開講座を有機的に関連づけることによって相乗効果を生み出す工夫すること、⑧有効な広報活動の検討、などである。

本年度からは、本部キャンパスだけでの開催ではなく、関連施設のある地域においても開催を計画中であり、また、昨年度、試みに公開講座を行った生物理工学部においても、本年度から、和歌山県内数カ所での公開講座を開講する予定である。

今後、上記の課題を勘案しながら、本学の公開講座の一層の充実を図っていかなくてはならない。

(エ) 図書館の一般公開

a 現状の説明

生涯学習時代を迎え、住民の間にも学術情報に対する需要が、次第に高まりつつある。このような社会の期待に応えるためには大学図書館はその門戸を一般市民に向けて、積極的に開放することが求められている。

そこで、本学においても「地域社会の文化の発展に貢献するために学術情報や資料を提供すること」と「生涯学習の支援サービスとして図書館の施設・資料を提供する」ことを目的として、昨年度から中央図書館を一般公開している。

図書館の公開に関する情報は、東大阪市と八尾市が発行する広報誌に掲載するとともに、公立図書

館や他大学にポスターを配布・掲示している。

対象者は他大学に所属する教職員・学生と官公庁に所属する方、公開講座の受講者、地域住民（先着 400 名）、公共図書館からの紹介を受けた人などであり、「図書館利用許可書」の交付を受けて、利用できるようになっている。また、卒業生も所定の手続きを経て学生と同様の方法で利用でき、貸出し（5 冊、15 日間）も可能となっている。

利用できる日や時間は、図書館の開館日および時間と同じで午前 9 時から午後 8 時半、休暇中は午後 6 時までとなっている。利用できるサービスは館内閲覧、開架書庫への入庫、図書・資料の複写、レファレンス、OPAC・インターネット端末・CD-ROM の利用が可能である。ただし、現在のところ館外貸出しは行っていない。

さらに、大阪府の第五学区 20 校の高校生に対しては、図書検索・利用や自学自習の場を提供するために、夏期休暇中の 8 月には図書館を開放している。

図書館利用許可を受けた人には、図書館の利用マニュアルである Library Guide と中央図書館報「香散見草」を配布することによって、図書及び図書館への理解を高めてもらうとともに、ビデオを作成し、できるだけ利用しやすいように工夫をしている。

それとともに、昭和 60 年からは「文字文化の発信」を目的として中央図書館報である「香散見草」（現在 29 号）を発刊し、私立大学図書館協会加盟図書館、主要国立大学図書館、公立図書館などに配布して、学内外で大変高い評価を得ている。

b 点検・評価、長所と問題点

開かれた大学の一環として、また地域住民の生涯学習への支援サービスとして昨年後半から図書館の一般公開を行っている。現在の登録者は 487 名であり、公開後半年の期間であることを考慮するとかなりの登録を得ている。また、今年から本格的に公開する夏期休暇中の高校生への開放に関しては、夏期休暇中の適切な自学自習の場が地域内に少ないこともあり、地域の高校からの問い合わせもかなりあり、多くの高校生の利用が見込まれている。

試験時期や通信教育のスクーリングの時期には日曜日も開館しており、その時には利用許可を受けた人は利用可能になっており、平日は時間的に制約を受けて利用しにくい社会人や卒業生に対して利便性を提供している。

利用しやすい図書館をめざして、本学では利用者の自主的管理による自学自習室（自由閲覧室、200 席）を設け、朝 8 時から夜 10 時まで、年始年末と夏期休暇中の 1 週間以外は開館（昨年は 348 日）しているが、通信教育部生、卒業生、一般社会人にも開放しており、好評を得ている。簡単なアンケート調査の結果でも約 2 割弱が外部の利用者であり、開放した意義は大きい。

c 将来の改善・改革に向けた方策

「地域社会に開放された図書館」をめざしての活動は緒についたところであり、利用しやすい図書館、何かを得られる魅力ある図書館をめざして今後もさまざまな創意工夫を重ねていかなくてはなら

ない。

第1に、図書館を地域に公開し、より多くの人たちの利用を可能にするためには、座席数に制約があり、在学生だけでも不十分な状況であるので、図書館の大改造もしくは新図書館の建築が早晚大きな課題となってくると思われる。

次に、図書の利用を館内閲覧だけにとどめているが、今後は、貸し出しの希望も増えてくるであろうから、どのような貸し出し方法が可能であるのかを検討していかななくてはならない。

また、当然のことであるが、大学の図書館であるために専門書は十分に所蔵しているが、一般の人たちが希望する実用書やハウツーものの図書はあまり所蔵していないという矛盾があり、今後、社会への開放を進める上での1つの課題になってくるであろう。

本学は多くの稀観書を所蔵しており、図書館が主催して稀観書などの館蔵書の展示会を学内対象に年2回開催してきたが、今後は、一般社会人・地域住民・高校生などにも一般公開して、文字文化の発信の中心としていく努力をしていかななくてはならない。

(オ) 広報活動

a 現状の説明

大学は教育・研究の現状とその内容をはじめとするさまざまな情報を、学内だけでなく広く社会全体にたいして説明する責務を負っている。それを担う広報活動は、社会との連携・交流を進める上で必要不可欠なものであると考えられる。

大学の広報活動は対象者によって「学内広報」と「学外広報」にわけることができる。前者は教職員や学生、その保護者や同窓生に対して学内情報を迅速に正確に伝達する役割を担っている。後者は一般社会に対して、大学の教育・研究の現状や入試情報を初めとする各種情報を発信し、社会に貢献するとともに、大学のイメージ向上を企図するものである。

ここでは、学外広報活動に絞って検討すると、総務部広報課をはじめとして各部署で行われている広報活動としては以下のものがある。

広報課では、研究成果を社会に公表するために「近畿大学業績総覧」を前後期にわけて、2回発行し、教員や全国の大学・図書館に送付している。

また、「近畿大学要覧」を15万部作成し、受験者に13万部、採用予定企業に1万5千部を配布するとともに、各種式典や学内で開催される学会等の機会をとらえて配布している。また、英文(5千部)も作成し、海外からの来校者、留学生、外国での留学生募集活動に利用している。

社会一般に大学全体を理解していただくために、大学の施設・学部学科・キャンパス・病院・研究所などを紹介したビデオを作製し、さまざまな機会に活用し、大学への理解を深めてもらう一助としている。

一般的広告としては、イメージ向上を目的にPR用電光看板を新大阪駅・大阪ドーム球場・大阪府立体育館、大阪ドーム球場のフェンスに設置するとともに、比較的受験生が少ない大阪北部に大学を

PR するために阪急電鉄の駅 50 ヲ所に付近の案内図と一体化した広告を掲出している。また、学園カレンダーを作成し、関係先に配布している。

IT 革命と言われる今日、通信情報システムの飛躍的な発展は、パーソナル・コンピュータを普及させており、インターネット上の大学のホームページも有効な伝達手段であり、本学においてもホームページを開設し、学部・学科、施設、学生生活などの情報を提供している。

外部広報のもう 1 つの柱は入試広報である。これは入試事務部が担当している。

受験生とその保護者に本学の特色と内容を充分知ってもらうことを目的に、「近畿大学大学案内」(13 万部)、「近畿大学入試ガイド」、「課外講座案内」および総務課で作成している「近畿大学要覧」を配布している。また、各種受験雑誌をはじめとして、各種広告媒体を利用して受験生への訴求をしている。

3 回のオープンキャンパスでは連続性があるように工夫している。過去の入試問題を配布するとともに、1 回目は大学全体の雰囲気、2 回目には各学部の特徴の理解を目的とするとともに、模擬試験を実施している。3 回目はミニ講義を開講し、受講してもらい、大学の講義への理解を深めるように努めている。

インターネットのホームページに受験情報を掲載するとともに、今年からはインターネットでの資料請求も可能になるように準備している。

b 点検と評価、長所と問題点

本学の広報活動は、従前に求められていた目的である教育・研究をはじめとするさまざまな情報提供は十二分に果たしているといえる。

しかしながら、現在、広報活動に新たな目的と役割が求められている。それは次のような大学や短期大学を取り巻く環境変化によるものである。

まず、第一の環境変化は、1991 年に発表された「大学及び短期大学の設置基準の改正」によって、大学や短期大学は自己点検・評価を前提とした自由競争の時代に突入したことである。各大学は学部や学科を解体・改組し、カリキュラムや教育システムを改革し、大学独自の特色を打ち出すことが求められるようになってきている。

第二の変化は、18 歳人口の急激な減少によって、激減する受験生への対応と入学者の確保が最重要課題になったことである。私立学校においては、入学者を確保することは経営の根幹に関わる問題であり、真剣に生き残り戦略を模索しなければならない時代になっているのである。また、大学にとって、リフレッシュ教育の対象である社会人や生涯学習をめざす中・高齢者は減少する 18 歳人口を補完するものであり、それらの人々への適切な情報発信は重要性を増してくる。とくに、通信教育部を有する本学の広報活動はより広い対象者に対して行わなくてはならない。

変化に対応するためには、大学としての戦略的マーケティングを構築し、展開していかななくてはならない。その中核をなすものが、大学のイメージ形成に大きな役割をはたす広報活動を初めとするコミュニケーション戦略である。受験生や地域社会や一般社会にどのような本学のイメージ形成(ユニ

パーシティ・アイデンティティ)を図り、本学の特徴を認知・評価してもらうことが重要なテーマになっているのである。

そのような観点から見た場合、本学は各学部や各部署がそれぞれの目的と意図のもとに発信情報を編集し、広報活動を展開している状態にある。確かに、総合大学としては各学部・各部署の自主的な広報活動は尊重されるべきである。しかし、個々の広報活動は、受け手(受験生と在學生、その保護者、地域住民、社会人)に対してさまざまなイメージを訴求することになり、受け手のマインドに統一されたイメージを形成することができず、混乱が生じる恐れがある。その意味で、各広報活動が相乗効果を生み出さない。

全学的立場から、本学の理念である「実践的学問、実学」を基本とするイメージ形成を図るとともに広報理念を確立し、社会に発信する大学全体としての「訴求ポイント」を明確に絞込み、さまざまな広報活動を有機的に関連づけ、広報予算を効率的に活用するために「費用対効果」を把握し、発信するメディア・ミックスを構築しなければならない。

c 将来の改善・改革の方向性

現在、マーケティングの分野において、企業の広報・広告活動はIMC(Integrated Marketing Communication: 統合型マーケティング・コミュニケーション)へと移行しつつある。IMCの考え方を大学にあてはめると「情報の受け手と大学とのすべての接点をメッセージ伝達のチャネルとしてとらえ、受け手の行動に直接影響を与えることを目的とする。受け手の求める情報を出発点として、あらゆる手法を駆使して、統一したメッセージを軸とした説得力のあるコミュニケーションを実践するプロセスである。」すなわち、大学の学部や事務部局だけではなく、教職員・学生・同窓生などのあらゆる活動をコミュニケーション活動として認識し、統一したメッセージを発信しつづけることである。

本学がIMC的なコミュニケーション行動を実行するために解決しなければならないいくつかの課題をあげて、今後の方向性とする。

第一に、本学においては広報・コミュニケーションの組織体制を確立することが最重要課題であろう。現在、総務部広報課が設置されているが、広報課が全体を掌握しているのではなく、各部局において広報が行われている。21世紀の大学における戦略的マーケティングの中核となる広報・コミュニケーション戦略の重要性を考えたとき、大学として企画広報を担当する「室」の設置が求められる。

現在の広報課を中心に各部局の広報担当者で構成する理事長直轄の「戦略企画広報室」と、教員も参画した「企画広報委員会」が設置されるべきである。「企画広報委員会」は、情報収集活動と大学の将来像をベースとした広報活動の基本的理念および全学的な統一イメージ(訴求ポイント)の構築と企画を任務とし、「戦略企画広報室」はそれを各部局でどのように実行することによって相乗効果を生み出せるかを計画し、各部局と協力して、実施していく役割を負う。

第二に、プレス・センターを開設し、新聞社や放送局などのマス・メディア媒体に対して、大学・教員の研究(とくに、近畿大学リエゾン・センターの研究や成果など)、著名人を招聘して開催する

各種講演会の情報、さまざまなイベント、クラブ活動の成果などを迅速に正確に発表する、パブリシティを行う。パブリシティは費用を伴わない広報活動であり、今後の緊縮財務を考えたとき、有効な広報手段である。

第三は、情報社会に対応したインターネットの活用である。現在の本学のホームページは魅力に乏しい大学の紹介にすぎない。今秋にはホームページのリニューアルが計画中であり、最新のニュース、各月の行事、大学の展望、総合案内、併設短期大学・附属学校の紹介、受験生情報、学生への情報、就職活動情報などが掲載される予定になっており、改善がなされることになっている。ただし、今までのように各部局が単独でそれぞれの内容を作成し、それを寄せ集めたホームページでは魅力に乏しい統一感のないものになる危険性がある。大学全体としての理念を反映した統一コンセプトをベースとした作成が不可欠である。また、今後は上記内容に加えて、研究成果に関する情報開示、企業・地域住民・社会人の方々の求める情報提供も必要になっていくであろう。

インターネットの特性である即時性と双方向性の特性を生かしながら、受け手が本当に必要とする情報は何かを的確に把握しながら、日々の更新をしていかなければならない。そのためには、上述した「戦略企画広報部」の組織内に専属スタッフを配置し、双方向性の特性を生かすとともに、わかりやすく魅力のあるホームページを運営していかななくてはならない。