

# 京都府立医科大学 広報ガイドライン

平成 30 年 2 月 6 日  
学長企画室・広報センター

## 1 基本姿勢

### (1) 情報の受け手にわかりやすく積極的に情報提供

～教職員一人ひとりが京都府立医科大学（以下、「本学」という）の  
広報の担い手～

本学には、患者さんやそのご家族、学生とそのご家族、企業、研究機関、地域社会、行政など、本学を支え、また関わっていらっしゃる多くの方々がおられ、それは本学から発信する情報の受け手（以下、「受け手」という）でもある。本ガイドラインにおいては、この「受け手」を強く意識するものとする。

本学の広報においては、受け手の皆さんから注目され、興味を持っていただけるように大学の「いま」をお伝えできるよう、最もホットな情報を的確に発信していく必要がある。

そのためには、全教職員に対し大学・病院の理念や広報基本方針を浸透させ、教職員一人ひとりが情報を発信するとき、情報を受け取るときに、本学の一員であることを自覚し、本学の広報の担い手として率先して行動をとることができることが非常に大切である。

幸い本学は、長い歴史や教育、研究、臨床の実績に裏打ちされた「世界トップレベルの医学・医療」というブランド力を有しており、さらに学生たちは日々躍動し、教職員は日夜研鑽に励むなど質の高い探求が連綿と続いている。このように受け手がわくわくするような材料が学内に多く存在していることから、これらを大いに発信していく。

### (2) 情報の発信側と受け手とのコミュニケーションを図る

情報の発信側と受け手とのコミュニケーションの必要性を全教職員に周知徹底し、受け手のニーズにマッチし社会から求められる価値のある情報を提供することで、地域への還元性の高い広報活動に取り組む。

そのためには、情報化社会に対応した情報伝達フローを確立する必要があることから、広報センターや広報担当者の役割、大学・病院広報のあり方などについて検討を行い、情報把握の仕組みづくりに取り組んで行くことにより受け手に対する訴求力を高める。

## 2 基本姿勢の実現のための視点

### (1) 受け手のニーズに注目し、彼らが求める情報を選択する

現代は、インターネットで関心がある情報を自由に収集できるため、発信したい情報と、知りたい情報にずれが生じ、受け手において情報が淘汰される時代である。つまり、発信すれば、それがそのまま大学の真の姿として受け入れていただけの時代ではなくなっていると言える。

まずは、受け手は何を知りたいのか、何に興味を持っているのか、何が有益だと感じるのかを見極め、どの広報ツールで伝えればよいかを考えた上で発信することが過不足ない有益な情報の提供につながる。ここを押さえることが、受け手の期待に応えることができるかのポイントになる。

的確なニーズ把握に当たっては、広聴の仕組みづくりを確立させる必要がある。これまで一般的に行われてきた広聴では、表面的なニーズ把握にとどまりがちであることから、発信者と受け手とのコミュニケーションが十分にとることができるようになることでニーズの把握が円滑に行われるべきである。

受け手がどのような情報を必要としているか等を明らかにすることで、より効果的で効率的な、かつ「双方に響き合う」広報となるように努める。

### (2) 本学の「いま」を伝える

現代社会では、最新の情報がリアルタイムに流れるのが当然のこととなっていることから、本学の情報収集についても、報告や共有すべき情報の統一化（標準化）など、情報特性の見極めのシステム化と特性ごとの報告フローの徹底などを行い、即時性の高い情報発信につなげることが極めて重要である。

一方、上述のとおり、すべての情報が大学の「いま」を形作っており、すべての教職員・学生が大学の「いま」を支えていることから、提供できる材料は常にそれぞれの身の回りにもあることも事実である。

については、それぞれが持っている「いま」をタイムリーに発信することが、本学への信頼と理解を高めるものであることを教職員等が十分に認識し広報に関与する。

### (3) 受け手に応じた適確な媒体により情報を提供する

発信者側は、情報の特性に応じて、最も効果的な広報媒体を活用し情報を提供していく必要がある。そのためには、受け手に応じて、どのような広報媒体を選択するのかのルールづくりが必要になる。それぞれの広報媒体にはそれぞれの特長があることから、特長に応じた広報が弾力的に行われるよう努めるものとする。

### (4) メディアとのコミュニケーションを密にする

報道対応においては、受け手と大学との間にメディアが介在することから、受

け手とのコミュニケーションに加え、メディアとのコミュニケーションが特に重要となる。

メディア側が感じている受け手の関心、受け手にとって有益な情報とは何かをメディアとの定期的な情報交換・記者懇談の場を設けるなどにより把握しながら、情報を提供し、メディアと本学の距離を近づけるよう努める。

#### (5) 本学の構成員が大学の「いま」を知る

すべての情報が大学の「いま」を形作っており、大学に所属しそれらの情報に関わっている限り、すべての教職員・学生が大学の現在（いま）を支えていることになる。

(2) に上述したとおり、本学の「いま」を対外的に伝えることは重要であるが、同様に大学の基本的な情報はもちろん、大学が今どんな状況にあって、どのように考え、どのような取組をしているのか、本学の教育、研究、臨床がいかにか先駆的なものか、また、学生生活の様子や日夜研鑽する教職員の姿はいかなるものかなどを、組織内部に向けた広報を充実させることにより全教職員の共通の認識としていくことも重要である。

### 3 取組内容

#### (1) ホームページによる広報

◎より見やすい構成の追求

例：大学と病院の中核である各教室や医局を紹介するページをサイトマップのより上位に位置付ける

◎大学、病院、北部医療センターのホームページを連携して運営管理する手法の検討

◎受験生等に対する情報発信の強化

◎SNSによる情報発信

◎ホームページの持つ諸特性に応じた活用

例：・ホームページの即時性から研究論文の発表に活用する。

・情報を蓄え、24時間提供できるという特性から、積極的に大学・病院のデータを掲載

◎紙媒体による情報をホームページ上に集約、紙媒体の発行部数の縮減と経費を節減

◎ホームページの画面から直接大学に意見を伝える機能を追加

#### (2) 広報誌による広報

◎「News & Views」を継続発行する場合、コンセプトを再検討（例：学内広報、

- 各センターニュース、各種イベント記録、地域連携情報及び在学生広報)
- ◎年間を通じて活用できる大学紹介冊子を学長の任期毎に作成し、教職員や来学者に提供
- ◎附属病院や北部医療センターにおける病院広報誌による積極的な情報提供

### (3) 記者発表による広報

- ◎大学の独立性のもと、迅速な記者発表により広報を展開
- ◎どのような情報を発信していくのかを決める組織の設置
- ◎府立医大の研究者が執筆者に名を連ねる論文の発表
- ◎基礎研究の成果が将来どのように臨床に結びつくのかをわかりやすく説明し記事掲載等の可能性を拡大
- ◎入試広報、患者広報や地域医療ニュースなども積極的に記者発表
- ◎情報発信につなげるコーディネーターとして広報担当責任者を選任
- ◎先進的な手術の成功例など、病院広報も積極的に記者発表
- ◎記者懇談会を定例化するに当たり、懇談会期日に合わせて全学の教職員が情報発信を準備する体制づくり
- ◎「京都府丹後広域振興局管内定例記者懇談会」において北部医療センターを積極的に発信

### (4) その他の広報媒体を使った広報や新たな取組

- ◎口コミ情報による広報について検討
- ◎受験生向け・地域連携病院向けメールマガジンの発行等、メールマガジンを用いた各ステークホルダー向けのきめ細やかな情報発信
- ◎大学生協とタイアップした広報グッズの企画・制作、販売
- ◎ラジオ番組「京都メディカルトーク」や「与謝野町有線テレビ」・「FMたんご」(北部医療センター)の活用
- ◎附属病院での大型ディスプレイを使った画像・映像による来院者への情報提供

## 4 取組の実現に必要な方策

### (1) 大学広報と病院広報の連携

- ◎広報を担当する各組織や部署の相互連携
- ◎広報担当部署の有機的な連携による広報体制の再編

### (2) 広報予算の集約と収入の確保

- ◎広報予算上の連携(広報予算の集約と執行管理、弾力的な執行)
- ◎広報予算のための自主財源の確保

### (3) 学長企画室・広報センターの強力なリーダーシップ

- ◎組織的な連携、予算上の連携を実現させるため、学長企画室・広報センターの

強力なリーダーシップ（十分な議論と方針決定）

**（４）専門的なスキルを有する人材確保・育成**

- ◎戦略的広報の実施に当たり、人材確保・育成を計画的に進める
- ◎必要に応じて事業者のノウハウを活用

**（５）学内・病院内における情報発信ポイントの整備**

- ◎附属病院や北部医療センターを訪れる多くの患者さんやそのご家族が情報を受信しやすい環境を整備