ャンパスは1年を通して 陥った。このオープンキ の立案 り組みを紹介する。 すことができた本学の取 止せざるをえない事態に オープンキャンパスを中 え何とか募集人員を満た 2020年3月、春の ■コロナ禍の広報戦略 するか担当者(手動応 ることにある。実はコロ ット形式(自動応答)に トの運用の目的は高校生 討しており、チャットボ **丁禍に突入する前から検** 人ひとりと密につなが 公式LINEアカウン 、有益な情報を提供す

る=満足度の高いコンテ

でなかったことから踏み

今年度の新入生アンケ

Bメディアがさほど有効

持つ高校生に対してWE

たのだが、本学に興味を せようという構想はあっ

見てもらえるように短時

も過言ではない。そのた 出願に直結すると言って

く、また和気あいあいと

校生や保護者に響きやす

るという最悪な状況から プンキャンパスを中止す

言葉で語られる内容は高

したトークの雰囲気が本

め、来場型オープンキャ

間にまとめることに気を

しかし、利用者が増え

と言えるのではないか

つながることに成功した

いる。一人ひとりと密に うに質問・相談を受けて

てもコロナ前より充実さ

うにYouTube動画を意

やその保護者の満足度は

であり、視聴する高校生

られていない学生自身の である。結果として、作

策は有効であった。オー

において今回の3つの施

校生が見たいと思えるよ

識することと、最後まで

動画コンテンツについ

学生を対象にアンケート いため、2021年度入 ンツとは必ずしも言えな

現するという点におい 為、コロナ禍は構想を実 出せないでいた。その

結果からコロナ前よりも ス参加者へのアンケート ートやオープンキャンパ

に見てもらいたいことと

で視聴していた。感想と

「見ているだけ

が全てだとは思っていな テンツを充実させたこと

影響はしばらく続くだろ るのかもしれないがこの

う。その中での広報とな

い。従来より本学は高校

高校生が最初から最後も

についてオンラインコン

症の収束も見え始めてい

新型コロナウイルス感染

ワクチン接種も進み

しかし、私はこの結果

している。来場型のオー

が視聴者に届くよう留音

ーム感を醸し出してい 学の特徴であるアットホ

> てみれば入学定員充足窓 集であったが、蓋を開け 始まった2021年度草

> > を探る必要があると感じ し効果的に発信する方法 のニーズを客観的に分析 するのではなく、高校生

115%というコロナ前

よりも好結果を得ること

ける大学広報の見通し

■ウィズコロナ下にお

た。そして、我々も驚い

ンパスと同等以上の情報

プンキャンパスで参加さ

たのだが2時間半におよ

ができた。

い重要なイベントであ か、職員の負担と利用者 の利便性のバランスで悩 を置いて運用する 約6%がLINEに登録 た。その結果、入学生の を実施し効果検証を行っ

ロナ禍における美作大学の広報戦略

なった。ちなみに有効で て、ある意味良い機会と 顕著に増えていたことが の姿である。したがっ WEBメディアの利用が 言えば、本学で学ぶ学生

しきました」、「より進 近いということが伝わっ 学生と教職員の距離が

りに重きを置いた広報を の先生との信頼関係づる

続けてきた。WEB上に

るはずだ。しかし、先述 ツの需要は益々増えてく るとオンラインコンテン

は多くの情報が飛び交

うまくマッチした結果と わかった。このタイミン
て、LIVE配信型オー いる。これは制作の軸が メッセージ動画が伸びて わる動画や卒業生からの ったと言える。再生回数 実させたことは有効であ グで動画コンテンツを充 に関しては学生生活に関 プンキャンパスでも学生 か、本学では次の点に注 に見せることができるの どのようにすれば効果的 必須であった。その姿を の姿を見てもらうことが 1点目は楽しく見てむ できた。したがって、本 えてくれて嬉しかったで ていたと実感することが 伝えたいことを形にでき す」という内容が多く、 きたいことをその場で答 強くなりました」、「闇 学したいという気持ちが

る。その中で、高校の先

精通していないと思われ

選びきれるほど高校生は しいのか、適切な情報を

のではない。これからけ ンツのみがもたらしたむ 決してオンラインコンテ のとおり、本学の成功は

える影響は大きいだろ 生からのアドバイスが与

その情報を正しくキャッ

情報を発信し、高校生が を効果的に組み合わせて オンラインとオフライン

らうためにトーク番組を 学にとってはこの配信方 法が最も適していると考

■結果から分析するコ られた高校生がオンライ ンコンテンツで言われた

かれた状況によって様々

る。その施策は大学の置 チできる施策が求められ

ロナ下 = オンライン時

冒頭に述べたように本

で確認するという流れが

ように日々分析・チャレ

正解に少しでも近づける かもしれない。本学では

通りの良さだと自身の目

多いため、オンラインコ

学は遠方からの進学者が

者が参加していると実感

ていく予定だ

ズに適した動画を制作 そのままで高校生のニー 捉えており、今後も軸は

③LIVE配信型才

と、2点目は臨場感を出 意識した構成にした ないこと、3点目は視聴 すためにビデオ配信は

プンキャンパスの実施

主制作に努めた。機材を て外部委託は行わず、自

利用率を100%に近づ

施、の3点であった。 オープンキャンパスの実

を繰り返したが、最終的

ると結論づけ、全ての質

者の利便性が最優先であ

は受験の役に立ったとの

ートより把握していた。 学生に行っているアンケ

させるにあたり、本学の

動画コンテンツを充実

た。その中で、LINE していたことがわかっ

なかったとする根拠は入

を達成するためには利用

んでいた。しかし、目的

る方法で2020年4月 問を職員が確認・返信す

できないことから対策と コロナ禍で対面行事が

れは小規模大学の強みと

ても丁寧に対応してもら アリングしたところ「と に加えて、学生に直接と 回答が88%を占めたこと

ったので非常によかっ

用、②動画コンテンツの

LINEアカウントの運 して考えたのは、①公式

録者数の目標人数を定

方向性は間違えてなか

ことからLINE運用の

た」と評価してもらえた

運用開始に伴い友達登

充実、③LIVE配信型

ことに注力した。 トーク

く の 高 校 生 に L I N E の たと確信した。今後は多

果的であると考え、あえ 職員の姿を撮ることが効 ていない状態の学生や教 感を醸し出すには、構え 軸とした。アットホーム するということを制作の ム感が感じられる動画に 特長でもあるアットホー

有効性を広め、志願者の

め、トークの利用を促す

参加者の出願率が最も高 最も参加者が多く、かつ

り、中止の影響は計り知 の時、2021年度入試 れないものであった。こ

も集められないのではと において募集人員の半分

どう補っていくのかが学 脳裏をよぎったのは大げ ッションとしてのしかか さなことではない。今後 生募集広報室の最重要ミ

小

· 倉和

①公式 LINE アカウ

制しない形にしたことで

には個人情報の提供を強

けることが目標である。

②動画コンテンツの充

集まで全て職員で行って

ンキャンパスは来場型オ

ルタイムで回答すること できるように質問にリア

LIVE配信型オープ

揃えるところから動画編

■実施とその結果

ツの利用は急速に増えて いるが、そこだけに着日

かにオンラインコンテン

ないコロナ禍という状況 ンテンツを使わざるを得