

美術大学学生  
募集広報室長

小倉和也

はじめに  
まず、このテーマに触

え何とか募集人員を満た  
すことができた本学の取  
り組みを紹介する。

津山市(人口約10万人)  
に立地している県北唯一  
の私立大学である。地元

地域における18歳人口の  
減少幅は県内でも大き  
く、地元地域のみで募集

人員を満たすことは非常  
に難しい。したがって、  
募集人員を充足させるた

めには地元地域以外から  
学生を集める必要があ  
る。現状は何か募集人

員を充足できており、県  
外出身者は学生総数約9  
18人(2021年5月

1日現在)中、約7割を  
占めている。  
自宅から通える範囲へ

の進学者の増加がコロナ  
禍における学生募集の特  
徴と言われているが、地

方私大でありながらも県  
外から学生を集めざるを  
えない境遇にある本学に

とっては深刻な影響を危  
惧する事態となった。次  
の項からはコロナ禍とい

実施とその結果  
①公式LINEアカウ  
ントの運用

公式LINEアカウン  
トの運用の目的は高校生  
一人ひとりと密につなが

り、有益な情報を提供す  
ることにある。実はコロ  
ナ禍に突入する前から検

討しており、チャットボ  
ット形式(自動応答)に  
するか担当者(手動応

答)を置いて運用する  
か、職員の負担と利用者  
の利便性のバランスで悩

には個人情報提供を強  
制しない形にしたことで  
利用者が増え、毎日のよ

うに質問・相談を受けて  
いる。一人ひとりと密に  
つながることに成功した

と言えないではないか。  
しかし、利用者が増え  
るに満足度の高いコンテ

ントとは必ずしも言えな  
い。そのため、2021年度入  
学を対象にアンケート

を実施し効果検証を行っ  
た。その結果、入学生の  
約60%がLINEに登録

した。このアンケート  
の結果、入学生の約60%  
がLINEに登録した。ちな

みに有効で  
なかつたとする根拠は入  
学に行っているアンケ

ートより把握していた。  
動画コンテンツを充実  
させるにあたり、本学の

特長でもあるアットホー  
ム感が感じられる動画に  
するということを作作の

軸とした。アットホーム  
感を醸し出すには、構え  
ていない状態の学生や教

職員の姿を撮ることが効  
果的であると考え、あえ  
て外部委託は行わず、自

主制作に努めた。機材を  
揃えるところから動画編  
集まで全て職員で行って

いる。動画編集では、高  
校生が見たいと思えるよ  
うにYouTube動画を意

識すること、最後まで  
見てもらえるように短時  
間にまとめることに気を

つけている。  
今年度の新入生アンケ  
ートやオープンキャンパ

ス参加者へのアンケート  
に見てもらいたいことと  
言えば、本学で学ぶ学生

の姿である。したがっ  
て、LIVE配信型オー  
プンキャンパスは来場型オ

できるように質問にリア  
ルタイムで回答すること  
である。結果として、作

られていない学生自身の  
言葉で語られる内容は高  
校生や保護者に響きやす

く、また和気あいあいと  
したトークの雰囲気为本  
学の特徴であるアットホ

ーム感を醸し出してい  
た。そして、我々も驚い  
たのだが?時間半におよ

ぶ配信時間をほとんどの  
高校生が最初から最後ま  
で視聴していた。感想と

しては、「見ているだけ  
で学生と教職員の距離が  
近いということが伝わっ

てきました」、「より進  
学したいという気持ち  
強くなりました」、「聞

きたいことをその場で答  
えてくれて嬉しかったで  
す」という内容が多く、

伝えたいことを形にでき  
ていたと実感することが  
できた。したがって、本

学にとってはこの配信方  
法が最も適していると思  
えている。

結果から分析するコ  
ロナ下、オンライン時  
代の大学広報

冒頭に述べたように本  
学は遠方からの進学者が  
多いため、オンラインコ

ンテンツを使わざるを得  
ないコロナ禍という状況  
において今回の3つの施

策は有効であった。オー  
プンキャンパスを中止す  
るという最悪な状況から

始まった2021年度募  
集であったが、蓋を開け  
てみれば入学定員充足率

115%というコロナ前  
よりも好結果を得ること  
ができた。

しかし、私はこの結果  
についてオンラインコン  
テンツを充実させたこと

の影響はしばらく続くだろ  
う。従来の本学は高校  
生の先生との信頼関係つ  
くりを重き置いていた  
が、WEB上での必要は益々増え  
てくる。しかし、先述

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

オンラインとオフライン  
を効果的に組み合わせ  
ていく必要がある。高校  
生が求める情報は、高  
校生の先生が求めている

情報発信し、高校生が  
求める情報を正しくキャ  
ッチできる施策が求めら  
れる。その施策は大学の

置かれた状況によって様  
々な形があり、正解はな  
い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな

い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな

い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな

い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな

い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな

い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな

い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな

い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな

い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな

い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな

い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな

い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな

い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな  
い。本学では、正解はな



コロナ禍における美術大学の広報戦略

んでいた。しかし、目的  
を達成するためには利用  
者の利便性が最優先であ  
ると結論づけ、全ての質  
問を職員が確認・返信す  
る方法で2020年4月  
より運用を開始した。こ  
れは小規模大学の強みと  
も言える。  
運用開始に伴い友達登  
録者数の目標人数を定  
め、トークの利用を促す  
ことに注力した。トーク  
の有効性を広め、志願者  
の利用促進には試行錯誤  
を繰り返したが、最終的