

## 鳥取大学の広報活動に関するアンケート集計結果について

大学情報の発信度を把握するために、本学のステークホルダーを対象にした広報に関するアンケートを実施しました。アンケートにご協力いただいた皆様、貴重なご意見をいただきましてありがとうございました。本学における広報戦略に対する対応策及び課題の検討など、本学の広報活動に生かして参ります。

### 【アンケート実施概要】

- 実施時期 平成30年11月～平成31年2月  
 実施対象 本学のステークホルダーの皆様  
 実施方法 ①広報誌「風紋」読者アンケート  
 ②公式ホームページのWEBアンケート  
 ③eラーニングシステム(Moodle)(教職員・学生向け)

### 【アンケート実施結果】

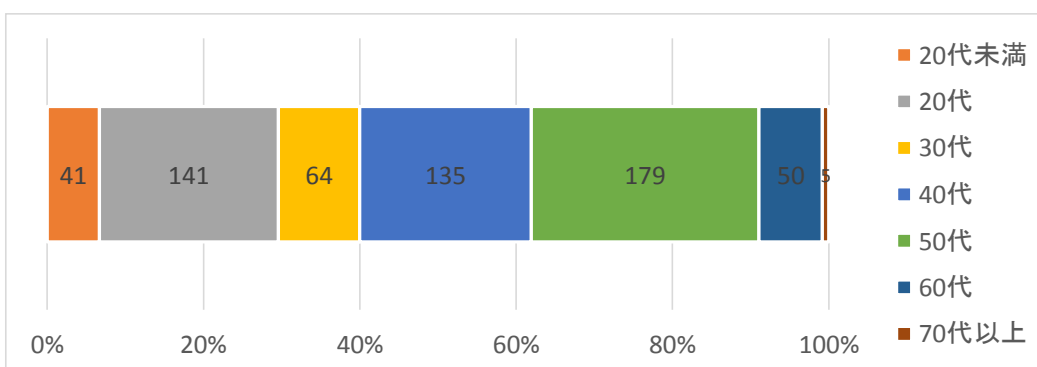
回答数	①185件
	②198件
	③232件
計	615件

### ■職業等

	合計	①	②	③	割合
高校生以下	17	6	11	0	3%
本学学生	135	15	40	80	22%
本学卒業生	21	6	15	0	3%
本学学生・卒業生の保護者	172	116	56	0	28%
高校・予備校教職員	16	15	1	0	3%
本学教職員	185	1	38	146	30%
元本学教職員	7	4	3	0	1%
その他(企業、政府・行政関係者等)	62	22	34	6	10%
	615	185	198	232	100%

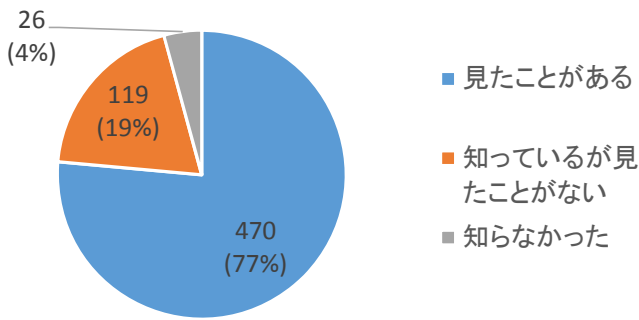
### ■年代

	合計	①	②	③	割合
20代未満	41	10	20	11	7%
20代	141	19	46	76	23%
30代	64	3	22	39	10%
40代	135	47	46	42	22%
50代	179	89	46	44	29%
60代	50	13	17	20	8%
70代以上	5	4	1	0	1%
	615	185	198	232	100%

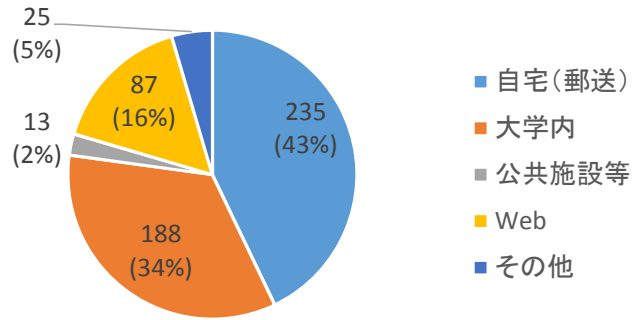


## ■ 広報誌「風紋」について

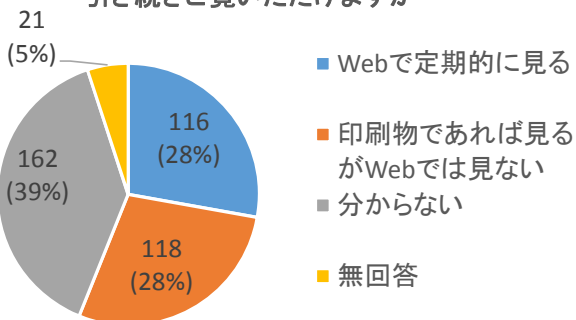
広報誌「風紋」をご覧になったことがありますか



主にどこで広報誌「風紋」をご覧になりますか

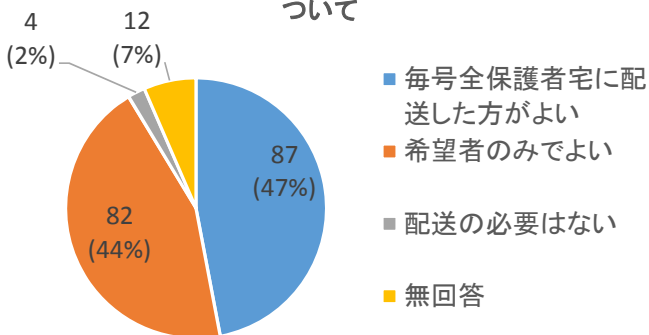


WEBのみの閲覧方法に切り替えても引き続きご覧いただけますか



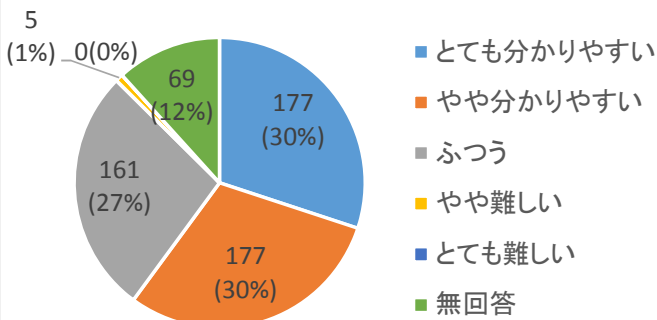
この設問は、広報誌の読者及び教職員・学生を対象に、広報誌を紙媒体ではなく、WEBのみに切り替える場合についての検証を行ったものである。  
「Webで定期的に見る」と回答した割合は3割に満たず、「印刷物であれば見る」、「分からない」と回答した割合が高い。また、「webと紙媒体で見比べたら、紙のほうが見やすい」という意見もあったことから、印刷物の需要があるものと思われる。

毎号、在学生の保護者宅に配送していることについて



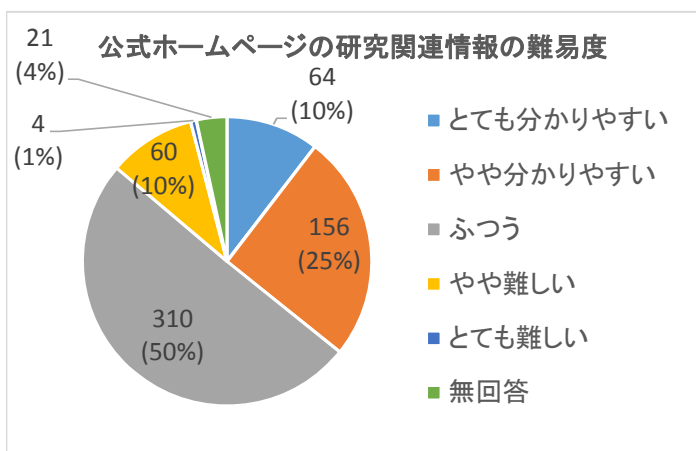
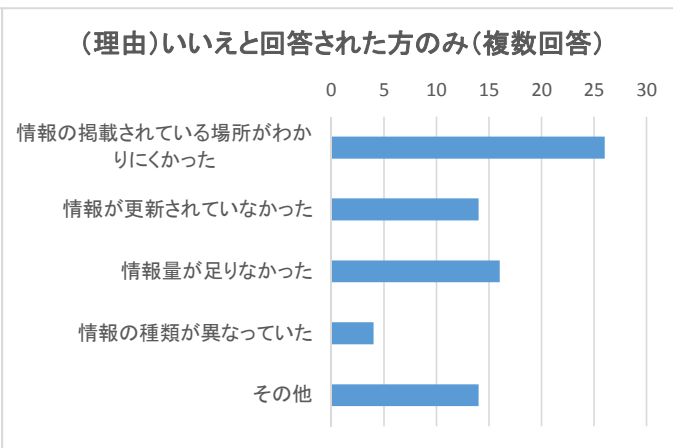
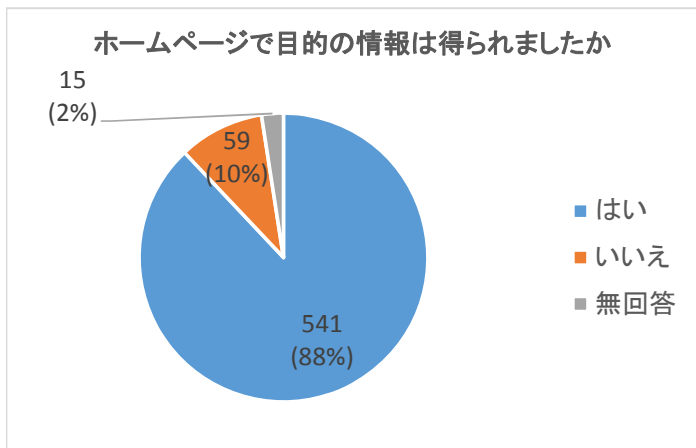
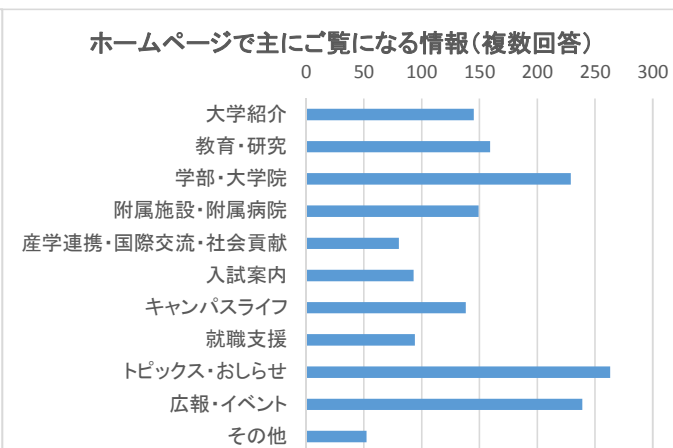
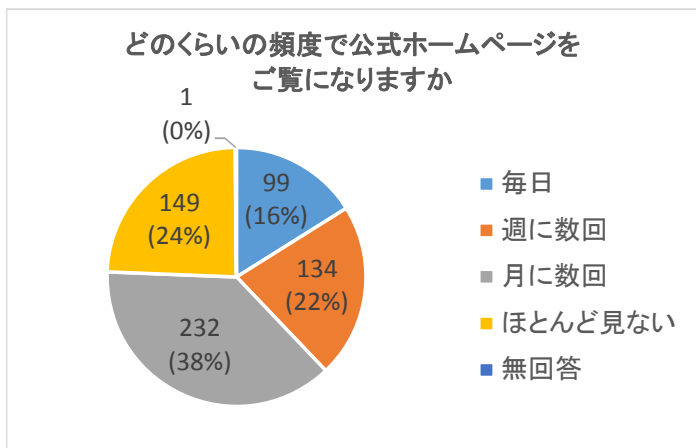
この設問は、広報誌のアンケートのみに設定した質問で、保護者宅に毎号配送していることについて尋ねたものである。  
「毎号届くのを楽しみにしている」「全家庭に配布しているのは素晴らしい」といった意見が多数あったが、「希望者のみでよい」との回答も多かった。

本誌に掲載されている情報の難易度

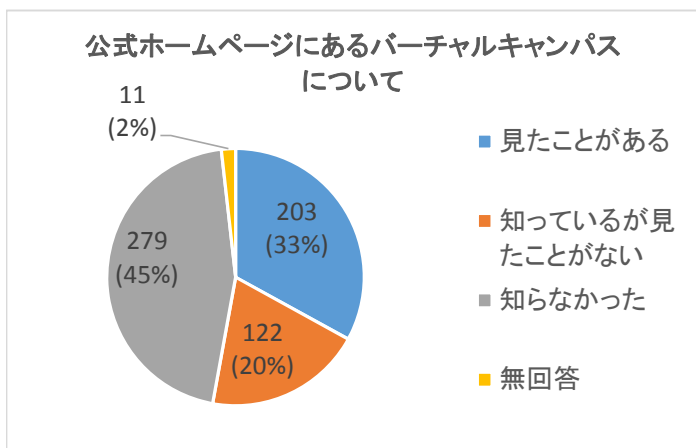


この設問は、広報誌「風紋」に掲載している情報の難易度について尋ねたものである。  
「とても分かりやすい」「やや分かりやすい」と回答した方が半数以上を占め、「難しい」と感じている回答は少ない傾向にあり、誰もが親しみやすい広報誌のコンセプトを反映した結果となった。

## ■公式ホームページについて



この設問は、本学公式ホームページに掲載している研究関連の情報の難易度について尋ねたものである。広報誌と比較して「とても分かりやすい」「やや分かりやすい」と回答した割合が低く、「ふつう」と回答した割合が5割と高い傾向にある一方で、1割は難しいと感じている。誰もが分かりやすい内容とするために、専門用語を減らす、図面を多くするなど工夫を今後検討する。

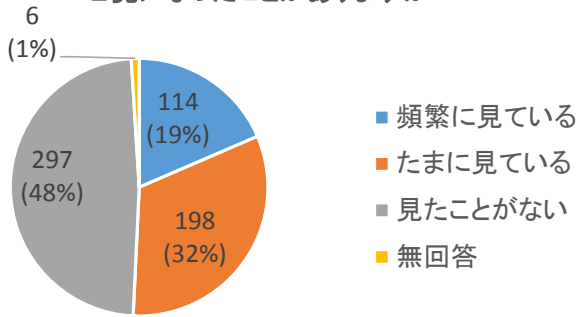


バーチャルキャンパスとは、平成29年度に公式HPのコンテンツ充実の一環として本学で導入した、WEBからバーチャルでキャンパス内の雰囲気が体験可能な機能であり、この設問はその関心度について尋ねたものである。

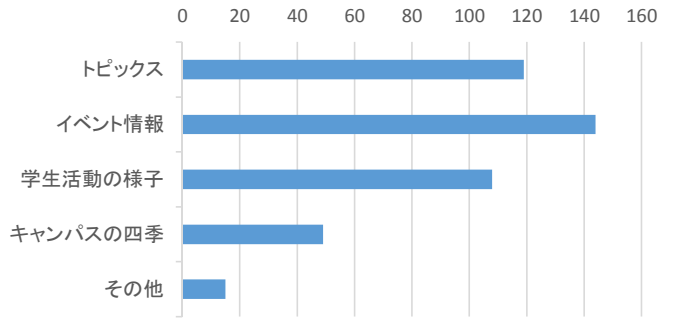
HP上では常時スライダーを掲載することによりアクセスしやすい環境としていることから、7割の方が認知しているが、普段HPを利用しない方や既に学内の雰囲気をよく知る教職員・学生においては、関心が薄いと思われる。一方、県外在住の保護者にとっては学内の様子を知ることができるツールであるため、広報誌等でPRを行うなどして引き続き周知する。

## ■その他広報媒体について

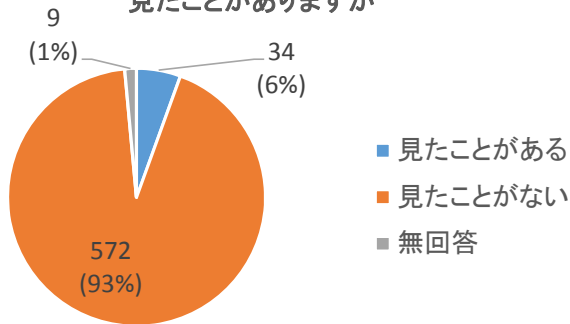
公式ソーシャルメディア (facebook・twitter) をご覧になったことがありますか



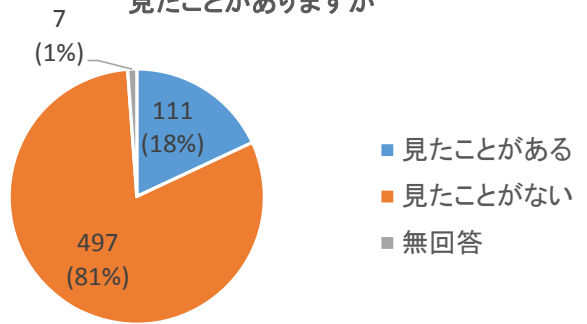
ソーシャルメディアでご覧になる情報の種類 (見ていると回答された方のみ・複数回答)



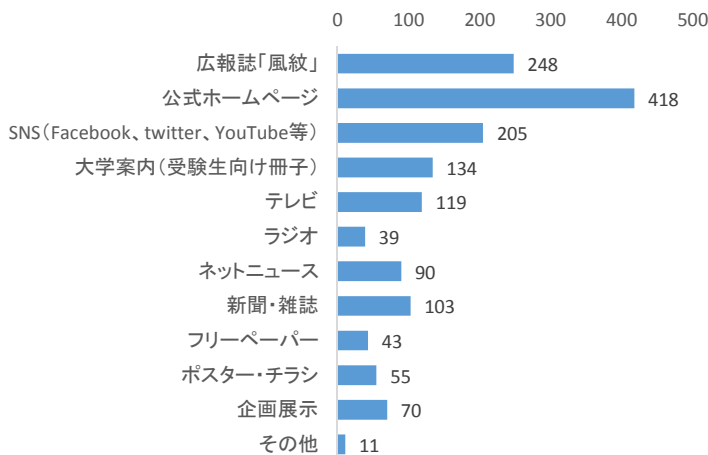
大阪市営バスのラッピング広告を見たことがありますか



スーパーはくとの車内広告を見たことがありますか



今後力を入れてほしい情報発信方法 (複数回答)



この設問は、本学のステークホルダーが今後本学に期待する情報発信の方法等について尋ねたものである。全体的に公式ホームページによる情報発信に力を入れてほしいとの声が多く、SNSは10～20代、広報誌は40代以上の割合が高かった。また、紙媒体で直接発送を行っている保護者や高校・予備校教員からは、広報誌の充実を希望する意見もあった。