

特集 本学広報誌の未来 読者懇談会



熱心に発言する参加者の皆さん

ら広告を掲載しています。「ヘルメス・クーリエ」は、きれいなレイアウトで見やすいと思いますが、対象を絞りきれいな印象を与えますね。高校生には内容が少し難しいかもしれません。ターゲットをもっと絞るべきではないでしょうか。

青木満里氏（北海道大学総務部広報課長）：北大の広報は、平成17年度に設置した総長を室長とした広報室が担当しています。広報誌「リテラ・ポプリ」は、副学長が編集長で、編集・企画には民間業者も参加しています。高校生にも理解できる内容を編集方針として、ホームページにも掲載しています。でも、北大のホームページは、日経BPによる全国大学ホームページランキングではあまり良い評価をされていません。今改善に向けて検討しているところです。「ヘルメス・クーリエ」は、大学の歴史や伝統を感じますし、読みやすく面白いですね。

朝日博昭氏（電通北海道ソリューション統括部コミュニケーションプランニング部長）：雑誌はオープニングが肝心で、そこで読者が最後まで読んでくれるかどうかが決まります。「ヘルメス・クーリエ」に関していえば、「ネフスキー特集号」や「高商石炭特集号」は、インパクトがありましたが、「FD特集号」は、読者の気をあまり引けなかったと思います。編集スタッフも3名ではやや少ないのではないですか。原稿の書き手と、編集者が別なのが理想です。コスト的に考えると、総発行部数のうち、購読希望者に個別郵送しているのが100部ということですので、残り3400部がどれだけ読まれているのかが問題です。部数や、配布場所の検証が必要でしょう。それと、最近は何の大学もホームページに広報誌を載せているのですが、広報誌を見つけやすい大学とそうでない大学があります。商大はどうも見つけにくい方ですね。（注：商大ホームページトップからは、「学外の皆さんへ」か「卒業生のみなさんへ」のボタンをクリックして広報誌に入ります。）



北海道大学広報誌
「リテラポプリ」

小樽市広報誌
「広報おたる」

鈴木：それでは、読者の方々もご意見・ご要望をどうぞ。

参加者：広報誌をまとめておくために、とじ穴をあけていただけませんか。また、各記事に執筆者名をいれるべきだと思います。雑誌中に元号と西暦が混在しているのも混乱を招きます。記事の提案としては、卒業生にもっと取材すればよろしいのではないのでしょうか。

鈴木：確かにコラム記事など編集委員が執筆している記事には名を入れておりません。ただ、それ以外の依頼文にはすべて執筆者名を付記してあります。執筆者名のない文章の文責は、すべて編集委員会にあるとお考え下さい。「ネフスキー特集号」などでは、元号を使用した箇所もありましたが、ご指摘のとおり、これは西暦で統一すべきでした。それから、とじ穴についてですが、「リテラ・ポプリ」にはありませんね。「広報おたる」にもないですね。

中村氏：コスト面の問題もありまして穴は開けていませんが、2穴パンチ用の中心スポットは印刷してあります。

鈴木：あっ、本当だ。これは面白い。

参加者：実社会で活躍しているOBを、卒業生や高校生に紹介して大学のPRをもっとするべきではないでしょうか。

参加者：歴史ものを更に取り上げていただきたいと思います。それと、教員の研究内容をもっと紹介してもらいたいところです。商大グッズとしてなじみ深い高商石炭を出してみてもいいかでしょう。

鈴木：先の方のご質問にもありましたし、他の方からも要望をいただいているのですが、社会で活躍しているOBの紹介をシリーズ化することを考えております。OBが別のOBを紹介する「友達の間」のような形も考えられますね。それから、これは朝日さんのコメントへのお答えにもなるんですが、「ヘルメス・クーリエ」は、9号から歴史記事を取り上げるようになりました。それはそ