

ソーシャルメディア活用に 一歩踏み出す

ソーシャルメディアをマーケティングに活用する動きが活発だ。
 共感を集め、ファンを増やしている企業も多い。
 大学でも公式アカウントの取得が進んでいるが、
 公式ホームページと同様の一方的な情報発信にとどまり、
 ソーシャルメディアの強みである双方向のコミュニケーションを行う例は少ない。
 ソーシャルメディアがもたらした社会の変化を知り、
 本当の意味でソーシャルなコミュニティーに「参加」することができれば、
 大学にとっても、ブランド力を高める有効な一手になるはずだ。

大学によるソーシャルメディア活用状況

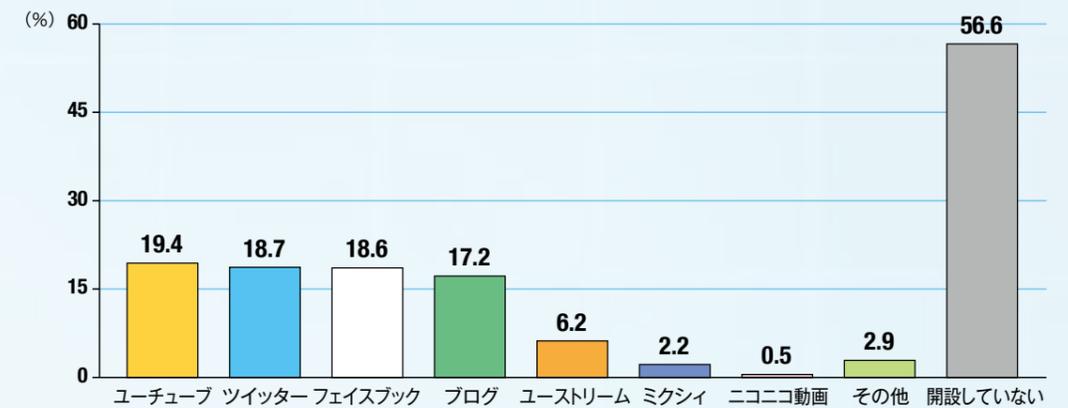
文部科学省の調査によると、2012年5月現在、公式アカウントを取得している大学は、およそ半数弱。ユーチューブ、ツイッター、フェイスブック、ブログの順に多く、若年層の利用が多いと言われるミクシィは2%にとどまる。

設置形態別に見ると国立、私立で、規模別に見ると大規模大学で取得が進んでいる。ツイッターは国立

大学に、ブログは私立大学に利用されているという傾向もある。

政府も大学広報におけるソーシャルメディアの有効性に注目している。文科省は、フェイスブック上に「大学等広報ネットワーク」(<http://www.facebook.com/groups/prnetwork/>)を開設し、大学と情報交換を行っている。

●大学の公式アカウント取得状況



| | ユーチューブ | ツイッター | フェイスブック | ブログ | ユーストリーム | ミクシィ | ニコニコ動画 | その他 | 開設していない |
|----------------|--------|-------|---------|------|---------|------|--------|-----|---------|
| 国立大学(n=78) | 19.2 | 25.6 | 17.9 | 6.4 | 9.0 | 1.3 | - | 5.1 | 55.1 |
| 公立大学・短大(n=62) | 12.9 | 8.1 | 6.5 | - | 1.6 | - | - | 1.6 | 77.4 |
| 私立大学・短大(n=592) | 20.1 | 18.9 | 19.9 | 20.4 | 6.3 | 2.5 | 0.7 | 2.7 | 54.6 |

※複数回答可

文部科学省「大学等の広報に関するアンケート調査結果(速報値)」(2012年5月)より
 大学についての調査結果のみを抜粋して掲載