

関西学院大学 Facebookページ

卒業生とのつながりを強め、「いいね！」数1位を維持！

この連載では、SNSを積極的に活用している大学を紹介する。今号は卒業生との交流を深め、大学のページの中で「いいね！」数がトップとなった関西学院大学のフェイスブックページを取り上げる。

取材協力：関西学院広報室 新谷陽介課長補佐、久保篤世氏

※画像はいずれも関西学院大学フェイスブックページから転載

開設当初から意識した卒業生への情報発信

— 情報発信にSNSを導入した時期と背景についてお聞かせください。

新谷 SNSを開設したのは2011年です。東日本大震災の発生と、その翌月に政府から発表されたSNSを活用した情報発信についての指針*がきっかけとなり、4月にツイッター、7月にフェイスブ

ク（以下FB）をスタートしました。— 卒業生を対象としているとうかがいました。

久保 FB利用者はアカウント登録時に出身大学などを入力しますから、必然的に卒業生に情報が届きやすいと思っていました。

新谷 データ的な裏付けもありました。公式FBページに「いいね！」ボタンを押す人の多くは25歳以上でした。現在の構成比を見ると、中高生世代（13～17歳）が4%、在学生世代（18～24歳）

は24%で、卒業生世代（25歳以上）が7割以上を占めています。

私たちはエンrollment・マネジメントの視点を取り入れてFBを運用しています。中高生には憧れや希望を提供し、在学生には自らの大学について深く知ってもらうようにする。卒業生には、懐かしさを感じてもらおうと同時に、建学の精神やスクールモットーを思い出してもらえるように、意識して情報を発信しています。

— 運営はどのような体制で行っているのでしょうか。

新谷 主に5人でFB、ツイッターのほか、広報室ブログとYouTubeを運営しています。それぞれ主担当と副担当が決まっていますが、更新作業は全員ができますし、担当替えをすることもあります。久保は2013年1月からFBの主担当です。

「いいね！」が集まるのは何気ないキャンパス風景

— 「いいね！」を押してもらえるよ

PROFILE

関西学院大学
Facebookページ

いいね！数 **31,909**
(2014年3月3日現在)

話題にしている人の数 **9,752人**
(2013年12月19日現在)

最近のいいね！が多かった記事

- 2013年12月15日
「アメリカンフットボール部ファイターズが甲子園ボウルで優勝」
- 2013年9月4日
「強い雨の後の夕方、正門にかかる美しい虹」
- 2013年4月2日
「入学式当日、西宮上ヶ原キャンパス正門前の満開の桜並木」



トップページのカバー写真は定期的に変更し、季節感を出すようにしている。

うな工夫をしていますか。

久保 ぱっと見て理解しやすい記事の投稿を心掛けています。記事をカテゴリー化し、「輝くK.G.ピープル」「K.G.グルメ」などの統一タイトルを付けています。文章は柔らかく、写真は基本的に必ず掲載します。意識的に「ゆるい」記事を多くしていますが、学術的な記事や建学の精神を伝える記事も投稿しています。

ストーリーがある記事は好評ですね。以前、「輝くK.G.ピープル」で人間福祉学部の学生を紹介しました。彼女は看護師をめざして専門学校で学んでいましたが、実習で死を目にした人と接することにとまどっていた。そのときに人間福祉学部の教員の著書に感銘を受け、本学で学びたいと考え、入学してきました。卒業後は学部での学びを生かし看護師として働きたいそうです。彼女の記事は1000以上の「いいね！」を集めました。卒業生からは「まさに“Mastery for Service”（奉仕のための練達。関西学院のスクールモットー）やなあ」というコメントも寄せられました。

新谷 運用開始から1年くらい経つと、反応が良い記事の3つのテーマが見え

てきました。

1つ目は関西学院のシンボルである時計台を中心にしたキャンパス風景。2つ目はイルミネーションが美しいクリスマスの光景、3つ目はアメリカンフットボールの話題ですね。春は桜の写真も好評です。最初は「飽きられるかな」と思いましたが、これらこそが、関西学院が発信し続けるべき普遍的なコンテンツだと確信するようになりました。

久保 写真撮影では季節や時間帯、アングルなどに変化をもたせるようにしています。普段なかなか目にできない美しい夕映えの時計台の写真は、多くの「いいね！」を集めました。

新谷 FBを通して、母校の変わらぬ風景や在学生の話題に触れ、学生時代を思い出してくれるのだと思います。

フェイスブックは「炎上」しづらいSNS?

— 「炎上」を気にしている大学関係者も多いと思います。

新谷 開始当初はネガティブコメントに対して慎重になっていました。しかし、経験から言うと、FBはツイッター



撮影した夕映えの時計台を投稿。好評だったため、受験生向けの大学案内にも掲載することにしたという。

などに比べて炎上しづらいSNSだと思います。

久保 私もそう感じます。基本的に本名で登録するSNSですから、コメントする方も節度を守るのでしょうか。

— 今後のFBを運営するうえでの目標や考えを教えてください。

新谷 最終的には建学の精神を伝えることによるエンrollment・マネジメントの実現ですね。本学に関わりを持つ人々の満足度を高め、大学を支援していただけるように情報を発信するつもりです。関西学院は9月に125周年を迎えます。SNSを活用して卒業生も一緒に、みんなで節目の年をお祝いしたいと考えています。

運用を開始しているLinkedInの活用も検討するつもりです。

プロの眼

(株)リポート代表取締役 前澤太郎

2013年6月、関西学院大学のフェイスブックページにカルガモの親子が校舎に迷い込んだ写真がアップされた。広報関係者の皆さんは、このような写真を自学のSNSに投稿すべきだと思うだろうか。同大学が「掲載しよう」と判断できるのは、閲覧者像を明確にし、どのような情報を発信すべきかを広報室が日々検討しているからだ。

エンrollment・マネジメントの考え方を背景に、大学の社会的使命を伝えるという目的に基づき、卒業生を対象とした戦略的な運営を行っていることは大きな特徴だ。もう一つの特徴は、複数のSNSを組織的に運用していること。担当者間で何を掲載すべきかを議論し、スキルを高め合い、機動力的な更新を実現している。



卒業生から「教育ママがせられた」などのコメントが寄せられた。

まえざわ・たろう●大学、専門学校、中学・高校等のウェブサイト制作、ソーシャルメディア設計に従事。技術者、制作者の立場からソーシャルメディアのコンサルティングも実施。