

# 広報誌「学園だより」制作の実践報告

大矢 健一\* 堀内 征治\*\*

## Practical Report on Public Information Magazine “Gakuen Dayori” Editing

OHYA Ken'ichi and HORIUCHI Seiji

キーワード: 広報誌, 学園だより, 独立行政法人化

### 1. はじめに

本校の広報誌である「学園だより」は、従来、学園だより編集委員会が制作してきたが、独立行政法人となった平成16年度を機に新たに広報委員会に統合され、学園だよりはその中で制作されることとなった。

新たな体制の下で制作するにあたり、独立行政法人となった本校を意識し、さらに、広報という立場から広報誌としての役割をあらためて見直すことになり、その結果として、リニューアルされた新しい学園だよりが誕生した。

この新たな学園だよりの担当チーフとして制作を始めて一年が経過したが、リニューアルまでの経緯などについて記していくことにする。

### 2. 独立行政法人としての広報誌

最初に頭を悩ませていたのは、予算の面であった。従来は、学園だよりの予算は文部科学省から学園だよりの予算として割り当てられて配分を受けていた。ところが、独立行政法人に移行することにより、予算は全体で配分を受け、それをどう活用するかは各高専に任されることになる。極端な話としては、学園だよりを制作しなければ、その予算を他に向けることも可能となる。

そういう状況の中で思ったことは、制作する限りは、いいものを作っていかなければならない、ということであった。すなわち、多くの人が手にとったときに無駄と思えるものは、それは純粋に無駄である。制作においては、費用とその効果とを常に意識せざるを得なくなった。

また、広報委員会の中での学園だよりという位置付けも新たなものであり、学園だよりは広報誌であるという位置付けが明確になった。従来は、学園だよりの

目的は、学内情報を学生・教員と保護者とで共有するという学内情報誌的なものが主であったが、今後はそれにとどまらず、学外に積極的に広報する手段の一つとして学園だよりという広報誌が存在するという位置付けが明確となった。

中学生やその保護者、中学校の先生方に、本校のことを、広報を通じてできるだけよく理解していただく。そうすれば、本校に向いている学生がより多く入学してくることにつながり、学生にとっても学校側にとっても大いにメリットがある。

その後、独立行政法人国立高等専門学校機構が中期目標を発表したが、その2ページに、「(1) 入学者の確保: 高等学校や大学とは異なる高等専門学校の特性や魅力について、中学生や中学校教員、さらに広く社会における認識を高める広報活動を組織的に展開することによって、十分な資質を持った入学者を確保する」という記述があり、機構が目指している方向と一致していることを確認することができた。

### 3. 広報の手段としての広報誌

次に考えたのは、広報誌というものは広報の1つの手段でしかなく、広報というものは総合的に考えなくてはいけない、ということであった。

それはたとえば、冊子という形態は必須なのか? という点から検証が必要であった。冊子は、それしか手段がない時代には効果が大きかったが、出版までの時間や経費のコストがかさむ。実際、世の中の動向を調べてみると、埼玉県教育委員会では経費削減のために広報誌を廃止し、メールマガジン(以下、メルマガ)に切り替えていることが分かった。講読してみると、メルマガの本文では大事なポイントだけが示され、さらなる詳細についてはWebサイトに誘導することにより読めるようになっている。こういう「メルマガとWebサイトとの連携」は、携帯電話でもメールやWebの閲覧が可能になった今日になり、初めて現実

\* 電子情報工学科 助教授

\*\* 電子情報工学科 教授  
原稿受付 2005年5月20日

的な手段となった。

また、広報誌を発行している自治体の中にも、さらにメルマガも発行し、Web との連携を図っている浜松市や長野市などの例があることも分かった。

じっくり読めるという冊子のスタイルと、スピーディな情報配信が可能であるメルマガとをうまくミックスさせている広報手段と言える。

Web との連携でいえば、広報誌を単に冊子として配布するばかりでなく、PDF 形式にして Web サイトからダウンロード可能なようにすることはすぐにもできることである。他高専の状況を調べてみると、熊本電波高専などではすでに広報誌を PDF にしてダウンロード可能なようにしていた。

以上についていろいろ考えた末、しばらくは広報誌という冊子の形態を存続させ、PDF 形式を Web サイトからダウンロード可能なようにするとともに、メルマガなどとの連携については、今後の対応が可能なように調査を進めていくことにした。

#### 4. 広報誌の制作スタイル

冊子としての広報誌を存続させるという方針は決まったところで、では、具体的にどうやって制作するのがベストなのかという問題が出てくる。

##### 4-1 学内 DTP の可能性について

従来の学園だよりの問題点の1つとして、発行までにどうしても時間がかかってしまう、ということがあげられていた。これは、外部の業者と校正のやりとりを何度も行なう限りにおいては、どうしても生じるタイムラグであると思われる。そのため、学内で DTP により制作できないものだろうか、と考えた。

(財)日本広報協会の Web サイトにアクセスしてみると、自ら広報誌を編集している自治体があることが分かった。本校でも可能なのだろうか？

さらに調査を進めて、いくつかの書籍<sup>1)2)3)</sup>を読んだ。すると、DTP 制作を行なうとなるとパソコンは高性能な Mac を用いるのが普通であり、DTP のための専用ソフト・画像や図形を扱える各種ソフトが必要なことが分かった。さらに、それらを自由自在に扱える技術や、写植や印刷に関する知識なども豊富に必要な上に、デザインセンスなども問われることが分かった。これらの修得には通常で2年ほどかかるらしい。スピーディな発行とのトレードオフにしては、初期投資と DTP の技術取得は見合わないことが分かり、学内 DTP については見送ることになった。

##### 4-2 業者との連携

業者と連携して制作するにしても、その方法はいろいろあると思われた。他高専の広報誌を拝読していて、非常にレベルが高いものとして熊本電波高専の広報誌が目にとまった。その制作方法が気になったので、直接電話して担当の方から伺うことができた。そこで分かったことは、年3回の発行であり、毎号について合い見積もりをして業者を変えているということ、業者にはサンプルを提出させているということ、などである。

本校の状況を振り返ってみると、業者は長年ずっと同じであり、また、制作にはパソコンを用いていないようであった。そこで、改めて参入を希望する4社に今後の本校の制作方針を伝えるとともに、それぞれサンプル提示を含めて、見積もりを依頼した。その結果、従来よりも低予算でありながら、パソコンを用いた制作とオールカラー化（従来は一部ページのみ）が可能になることが分かった。

業者が決定し、新しい体制のもと、ひとまず1年間は同じ業者をお願いすることにして、連絡を密に取りながら制作を進めていくことになった。

#### 5. 広報誌の誌面スタイルをどうするか

ようやく制作体制が整いつつあったが、誌面スタイルを具体的にどうするかについては常に頭を悩ませていた。

チーフを担当するにあたって、すぐに捨てられたりファイルに綴じられてしまうようなものは作りたくない、読まれるものを作りたい、という気持ちがあった。広報誌は、いくらデザインなどがきれいであっても、読まれなければ意味がない。ざっと目を通してもらっても、数分後にファイルに綴じられてしまえば失敗である。冊子を手にして、何の気なしに読んでしまった読者を魅きつけなければならない。できれば、本文をじっくりと最初から最後まで熟読してほしい。そのためにはどういう誌面スタイルにすればいいのだろうか。

そういうことを考え始めると、世の中に出ている出版物の状況が気になった。本屋や図書館に行き、普段は読者側に立って見ている書籍や雑誌<sup>4)</sup>などを、作り手側を意識して見てみることにした。

そうして分かったのは、市販されているものは生き残りをかけてレイアウトや本文について工夫に工夫を重ねているということである。本校の従来の学園だよりは、縦2段組の横書きが基本であり、それは他高専の広報誌においても最も多いスタイルであった。しかしながら、このスタイルは市販されているものにはあ

まり見かけない。それはなぜなのか。

自分なりに考えた結果、縦2段組の横書きというスタイルは、柔軟なレイアウトには対応が難しいからであるという結論に達した。どうしても誌面に強弱をつけにくく、一本調子になりがちである。もっと柔軟なレイアウトにするにはどうしたらいいのだろうか。最終的に「これならいける」と思ったのが、横4〜5段の縦書きのスタイルである。この場合、冊子を右から開くことになる。基本を縦書きにしておけば、その中に横書きが挿入されていても自然であるが、その逆だとなかなかうまくいかない。

さらに、従来は穴開けにしていたのであるが、穴を開けるスペースを確保すると、どうしてもレイアウトに制約が出てきてしまう。また、穴開けにすると、受けとったときに心理的にすぐにファイルに綴じてしまいやすいという心配もあった。以上のことから、最終的には「横4〜5段の縦書き、穴開けなし」とした。

## 6. 広報誌のコンテンツ作りの方向性

広報誌を業者と連携して制作するにあたり、本校側は広報誌のコンテンツ（本文と画像）を提供し、レイアウトは全面的に業者が担当する、という分担になった。

雑誌などを見るにあたり、レイアウトなどに目を奪われてしまいがちであるが、読み進めていくかどうかを決定づけるのは、本文と画像というコンテンツ部分に大きく左右されると思われる。

本文と画像。単純なようであるが非常に奥が深い。

従来、本校の学園だよりでは、執筆者に原稿を依頼するのが主であった。「何日まで何について何文字の原稿を。写真を1点」というような依頼である。ところが、世の中の雑誌などを見ると、これはむしろ例外的に非常に少なく、原稿を依頼されるのは、すでに信頼されているプロのみである。そしてまた、画像はといえば、これもまたプロが撮影している。

そういう中、たまたま目にとまったのが、長野大学のすばらしい学校案内の冊子（2001年度版）であった。制作方法を調べると、基本的には記事は取材であり、写真はプロの手によるものであることが分かった。

これらを検討した結果、従来の「原稿は依頼するもの」という方針は極力避けて、できるだけ取材によって記事を作り上げることにした。原稿をただ依頼するのではなく、座談会をしたり、あるいは、インタビューしたりする中で担当者が記事を作り上げるという手法をメインにした。あるいは、依頼する場合でも、読んでみて不明なところがある場合は、お願いして、結果的に何度か書き直していただいたりすることにも

なった。

このような制作手法は非常に手間がかかってしまうことになるが、広報誌として「読んでもらえること」を主に考えると、むしろ自然な手法のようにも考えられる。とはいえ、労力も大変なので、よりよい制作方法については常に改善を念頭においていきたいと思っている。

一方、画像であるが、従来は銀塩カメラで撮影したものを用いていたが、デジタルカメラの進歩により、全面的にデジタルカメラに移行することにした。委員会としてデジタル一眼レフを購入し、撮影を行なっている。とはいえ、機器としてはプロ級になったものの、画像としてはプロ級にはほど遠く、今後も徐々に撮影スキルを上げていかなくてはと思っている。

## 7. 制作を支えるネットワーク基盤

本校の制作スタッフは、委員会の中からチーフを含めて7名が選ばれた。本文と画像の両方がデジタルデータということで、当初はメーリングリストで情報を交換していたが、次第に、サーバーの必要性が浮上した。

そこで、メンバーの1人にサーバーを立ち上げていただき、ftpとhttpが使えるようにした。ftpで原稿や画像をアップロード・ダウンロードしたり、あるいは、ブラウザでも原稿や画像を閲覧可能にした。

メーリングリストとサーバーとを組み合わせることで、情報交換がスムーズに行なわれたが、それでも、各号の完成までに300通前後のメールのやりとりが生じている。これについてもよりよい手法を常に模索していきたい。

## 8. リニューアルとなる第120号発行まで

全ての準備が整ったのが6月の下旬頃であり、リニューアルとなる第120号発行予定日の7月中旬まで、真近のところまで来た。

### 8-1 特集

リニューアル第1号ということで、本校のことをよく知らない人に対し、なるべく多く知ってもらえることを目的に特集を組むことにした。

巻頭の特集にしたのは「校長・学生会座談会」という記事であった。この記事の目的は、校長と学生会のメンバーとで本校のいろいろな点について語っていただき、それを通じて第三者の読者が本校のことをよく理解できるようになる、というものである。

もう1つの特集として「外から見た長野高専 ―中学生によるプチ体験入学―」という企画が浮上した。

そもそもの始まりは、中学生にとって長野高専はどう見られているのだろうか？ということ調査したいと思ったのがきっかけである。「現場に行け」という言葉があるように、まずは中学校にいったり取材をすることも企画したが、そのうち、中学生を招いて本校の普段の姿を体験していただくのはどうか、という案が出てきた。本校では一日体験入学という行事があるが、それは土曜日なのである。

企画はあるものの、平日でなければ意味がないため、実施は難しいかと思われていたが、たまたま、中学校が代休で月曜日が休みになるという日が近かった。即座に連絡し、事情を伝え、本校に興味があるという中学生を3名推薦していただくことができた。ちょうどそのときは月曜日の午後に2年生の専門科目の授業があり、そこを順番に回ることによって、5学科の専門の授業を体験できることになる。当日はタクシーで送迎し、無事に体験していただくことができ、その模様を取材して記事にまとめることができた。

## 8-2 学生会のページ

他高専の広報誌を見ていて思ったのは、学生が制作するページがないということであった。そこで、学生会と相談し、学生から見た本校を外部に伝えていただくという目的で、「学生会のページ」というものを新設した。学生会には、「秀嶺」という学生新聞を制作する新聞委員会があるので、企画を確認しながら制作を全面的にお願いした。

## 8-3 寮についての記事

高専には一般的に寮があり、本校も4割の学生が寮生である。そういう中、中学生やその保護者が心配しているのは、その寮がどういう雰囲気なのか？ということではないだろうか。それを念頭に、寮についての記事を企画した。

まずは、入寮したての1年生と指導寮生の3年生との座談会であり、これは、中学生やその保護者の不安を取り除くという目的がある。女子寮の雰囲気も伝えなかったため、女子寮生に座談会をお願いした。

また、高専には留学生が多数いることが高校との違いでもあるが、「留学生の自国料理紹介」という取材記事を通じて、留学生の母国とその寮生活について紹介した。

## 8-4 研究室訪問

他に新たに連載を開始したのが、研究室訪問という記事である。他高専や他大学の広報誌をいろいろと拝読したが、研究紹介の記事はあるものの、研究の紹介そのものにスポットが当たりすぎているものが多く、

第三者として読んだときに親しみを感じにくいという面があるように感じていた。

そこで、学生が何人かでその教員の部屋を訪れて、研究内容について質問したり、あるいは、その教員自身について聞いてみたり、という内容として、新たに研究室訪問という連載を開始した。目的としては、単なる研究紹介ではわかりにくい事柄を、学生との質問を通じて読者にわかりやすく伝えるという効果がある。また、その教員自身を多面的に第三者に伝えるという意図もあり、さらには、これは高専の大きな特長であると思うのであるが、学生と教員との親密な関係も伝えられればという思いもある。

## 8-5 同意書

広報誌には学生の氏名や写真が掲載されることが多いが、PDFで広く公開されることと個人情報保護法の関係で、掲載される学生からは同意書を提出していただくことになった。

## 8-6 発行部数と費用対効果

こうしてようやくリニューアルとなる第120号が発行されるに至った。オールカラー化やコンピュータによる制作というプラス面にもかかわらず、従来の予算を下回ることができたため、その予算を部数を増やすことに活用した。従来は3000部の発行で各中学校には2部のみを送付であったが、発行を6000部として各中学校に20部ずつ送付することができた。

さらに、9月の一日体験入学に来ていただいた中学生に配布し、10月の工嶺祭に会場していただいた方にも配布することが可能となり、本校の広報活動に役立てたことと思う。

## 9. おわりに

こうして一年が経過し、リニューアル号を含めて、予定の年間4号を発行することができた。反応は、概ね好評のようである。バックナンバーは本校のWebサイト<sup>5)</sup>からPDF版がダウンロード可能である。平成17年度もまた、よりよいものを目指していきたい。

## 参 考 文 献

- 1) 玄光社企画編集部：基礎から始めたいデザイナー 編集者のためのDTP & 印刷ガイドブック, 玄光社
- 2) 上高地仁：DTP実務者のためのInDesign 2.0活用ガイド, 毎日コミュニケーションズ
- 3) 木村菱治：超実践的DTP入門, 毎日コミュニケーションズ
- 4) マガジンデザイン, アスキー
- 5) 国立長野高専 <http://www.nagano-nct.ac.jp/>