

## 第四回評価委員会審議 (参考資料)

### ■No.61：安定的な病院の運営

平均在院日数の短縮，入院・外来単価の上昇などの具体的な改善項目の数値

- 平均在院日数の短縮：11.7 日→11.6 日
- 入院単価及び外来単価の上昇  
入院単価：90,466 円→95,667 円、外来単価：23,044 円→23,332 円

(参考資料 1 - 3 令和 2 年度決算説明資料  
P.7「病院セグメント財務状況について」より)

### ■No.94：法人情報の提供

・「新大学告知サイト」において、公開可能な情報やコンテンツに限りがあった理由

●新大学告知サイトの開設は 2020 年 3 月 25 日だったが、公開可能な情報やコンテンツに限りがあったのは、新大学に関する検討の進捗状況やそれに伴うコンテンツの作成状況から、当初からセッション数（≒アクセス数）獲得に寄与できるコンテンツが用意できなかったことによる。

#### ●セッション数の動向

・当初に公開した新大学パンフレットや研究紹介リーフレット、入学者選抜概要などにとどまり、4 月から 6 月の一日の平均セッション数は 266 回であった。

・7 月にオープンキャンパスの案内や「2022 年度入学者選抜について」の公開、8 月の Web オープンキャンパス実施、PR 動画及び大学案内冊子の公開、9 月に「2022 年度入試ガイド」の公開など、受験生にとって有益な情報が増加し、7 月から 12 月の一日の平均セッション数は 747 回となった。

・2021 年 1 月以降は、高校 2 年生の受験準備が本格化することもあるか、1 月及び 2 月の一日の平均セッション数は 1,041 回に増加した。

・3 月には、新大学サンプル問題の公開などもあり、一日の平均セッション数が 2,169 回に増加した。

## ■No.94：法人情報の提供

### <広報の取組みについて>

●新大学に関する広報の取組として、下記のような取組を実施した。

- ・大学案内冊子、大学院案内冊子の作成
- ・PR 動画“ハイパーブレイン篇”などの新大学 PR 動画や学部紹介動画の作成。また、YouTube チャンネルを開設し、それらの動画を公開
- ・Facebook、Twitter、LINE、など、SNS での広報の展開
- ・学長オリジナルドリップコーヒーなど、ノベルティの作成及び配布

●そのほか、理事長裁量経費を活用した機動的な広報活動も実施した。

#### <戦略的入試広報>

- ・東海、北陸、中四国、九州エリアのターゲット校（150 校）及び予備校（300 校）にノベルティを配布。また、重点エリアターミナル駅（名古屋、金沢、岡山、広島、博多）等での交通広告を展開し、知名度の浸透が不足している地方に重点的に広報活動を実施
- ・認知度向上のため、近畿圏（兵庫、京都、滋賀）や首都圏での交通広告展開（大学院志願者増のため、阪大、京大等最寄り駅への駅ポスター掲示、デジタルサイネージ等）を実施
- ・受験生に直接リーチするため、1 か月間にわたり、若年層から高い支持を得ている FM802 でラジオ番組を提供し、スポット CM を放送。また SNS アカウントと連動し、広報を展開。新大学が開学するということの周知や、番組あてのメッセージで好意的な意見が多く寄せられるなどレピュテーション向上に効果があった。また、大阪公立大学 Twitter 公式アカウントのフォロワー数が 1.5 倍に増加するとともに、現 2 大学のフォロワー数も顕著に増加した

#### <国際的なレピュテーション向上>

- ・新大学特設 Web サイト英語版の公開

アクセス数

2021 年 1 月：346、2021 年 2 月：8,492、2021 年 3 月：11,524、合計：20,362

- ・新大学パンフレット英語版の発行
- ・SNS での国際広告の実施

2 月から 3 月にかけて、フランス及びベトナムにおいて、大学・専門学校生を中心に、大学院進学などに興味がある『であろう』人を対象に、Facebook、Instagram に広告を出稿した。上述の Web サイト英語版へのアクセス数が約 30 倍となり、予測値よりも多くの誘導ができた

その他、Times Higher Education 社 Web サイトでのバナー掲載や空港での広告出稿を計画していたが、リアルイベントやインバウンドが期待できなかったため中止した

■No.97：戦略的な研究広報（市大）

・2019年度の海外プレスリリース数

2件

■No.98：市民への広報活動の強化（市大）

<広報の取組みについて>

●記者懇談会については、新大学開学までは、大阪市立大学の強みとなるテーマを中心に記者懇談会を実施している。初の試みとしてオンライン配信を行ったこともあり、実績報告書に記載の通り、過去最多の8社13名の参加となった。詳細については下記の通り。

- ・日時：2020年9月4日、15:00～16:30
- ・出席者：齋藤幸平准教授、朴一教授、ケイン樹里安研究員、荒川哲夫学長、副学長2名
- ・テーマ：「ポストコロナ時代の新しい社会の在り方～グリーン経済の実現に向けて～」
- ・参加メディア：朝日新聞、産経新聞、時事通信、日刊工業新聞、日本経済新聞、毎日新聞、読売新聞、読売テレビ

<WEBサイトへのアクセス数が目標を下回った理由等>

- ・140周年サイトは2019年度に27,755アクセス実績があり、2020年度目標を前年並みに設定しました。「なぞかけテッチャン賞」などの企画などを試みた。140周年事業自体の開催方法（リアル or オンライン）が定まらない中、追加企画が検討できず、サイトの活性化が実現できなかったものです。
- ・ステートメントビジュアルサイトは2020年1月30日公開後2ヶ月で1808件のアクセスがあり、140周年事業と絡めることを念頭に15,000件と高めの目標を設定したが、コロナの影響などによりOBOGインタビューの実施が滞り、コンテンツの更新が十分できず、目標に大きく届かない結果となりました。
- ・組織的な広報力強化については、2022年度の新大学開学に向け、理事長裁量経費等を活用し、「新大学の戦略的な入試広報」や「新大学の国際的なレピュテーション向上施策」など、積極的な広報活動を実施しています。

※資料1-6 令和2事業年度業務実績報告書に関する各委員ご意見・ご質問事項

P. 22 質問番号89の回答より抜粋