

I 業務運営・財務内容等の状況  
 (3) 自己点検・評価及び当該状況に係る情報の提供に関する目標  
 ① 評価の充実に関する目標

中期 目 標	○ 大学の活動全般について、自己点検・評価、外部評価を充実させ、教育研究の質の向上及び業務運営の改善を図る。		
	中期計画	年度計画	進捗 状況
【32-1】 教育研究活動及び管理運営の状況について、定期的に多面的な自己点検・評価、外部評価を実施し、評価結果を業務改善に活用するとともに、その内容を学内外に公表する。	【32-1-1】 大学評価室において、「中期目標・中期計画進捗管理システム」を運用し、中期目標・中期計画、年度計画の一元管理を継続して実施するとともに、地域貢献事業に関する評価、国際化推進事業に関する評価など外部有識者を交えて行う評価の評価結果等を業務改善に活用する。	III	
	【32-1-2】 平成29年度に実施した自己点検・評価に基づき、外部評価を実施する。	IV	
	【32-1-3】 平成29年度に実施した自己点検・評価及び本年度に受審する外部評価で明らかになった課題等に対する改善措置をホームページ等により学内外に公表する。	III	

I 業務運営・財務内容等の状況  
 (3) 自己点検・評価及び当該状況に係る情報の提供に関する目標  
 ② 情報公開や情報発信等の推進に関する目標

中期目標  
 ○ 教育研究活動の情報を積極的に発信し、大学の知名度を高める。

中期計画	年度計画	進捗状況
<p>【33-1】                      学内の教育研究成果を迅速に把握・発信できる体制を整備し、広報戦略に基づき、発信する情報内容を充実させるとともに、多様な広報媒体により、多面的な広報活動を行う。</p>	<p>【33-1-1】                      教育研究成果の迅速な把握・発信のため、ホームページの運用方針及び体制の検証を行う。また、SNS、大学公式YouTubeチャンネルついでの効果検証を行う。さらに、報道機関へ活発な情報発信を行うとともに、情報発信件数やメディアへの掲載件数等により、プレスリリースマニュアルやリリース方法が適切かどうかを検証する。</p>	<p>III</p>
	<p>【33-1-2】                      情報発信内容を充実させるため、学生と教職員による公式広報チーム等と連携して情報を収集し、ホームページ、SNS (Facebook, Twitter, LINE) を活用した情報発信を継続して行うとともに、これまでの取組や発信方法を検証する。</p>	<p>IV</p>

## (3) 自己点検・評価及び当該状況に係る情報の提供に関する特記事項等

## ○戦略的・効果的な情報発信及びブランディングの推進

年度計画通り、学生と教職員による公式広報チーム等と連携して、ホームページや SNS を活用した情報発信を行い、特に本学の様々な分野の研究室を訪問しその魅力を伝える「研究室訪問」は、約 2 ヶ月に 1 回程度本学 Facebook で更新しているが、「いいね！」数平均 130 件に達し、昨年度の平均 50 件を大幅に超える結果となった。また、公式広報チームの活動を示すポスターの常時掲載をはじめ、8 月に開催したオープンキャンパスにおける Twitter でのリアルタイム配信、大学公式ウェブサイトのキャンパス&周辺散策ページ制作、広報誌『KIT NEWS』11 月号への記事の掲載など、公式広報チームによる学生目線での情報発信を行った。

また、年度計画では予定していなかったが、学長による新聞や雑誌への投稿を積極的にを行い、大学の戦略や方向性を社会に発信するとともに、大学の活動等を広く効果的に発信できる場となる「オープンキャンパス」については、平成 30 年度は、本学広報担当部局、KYOTO Design Lab 及び学生ブランディングチームの 3 者協働で、本学広報担当部局が大学の方針や方向性を伝え、KYOTO Design Lab の教職員の指導のもと、学生ブランディングチームがデザインから実際の制作までを担当する体制に改め、ポスター、パンフレット、案内表示、配布資料、配布グッズにいたる全てのデザインを本学のブランド戦略に基づく統一感のあるデザインに一新した。特に、デザインのコンセプトや制作の様子などを紹介する「学生ブランディングチームによるプレゼン」は好評で、来場者からは「学生が主体的に運営に関わっていて良かった」などの声が多数あがったほか、来場者数が過去最高の 6,485 名（前年度比 1.03 倍）を記録するなど、高い効果が現れた。

加えて、大学・大学院案内や各種広報誌等の広報媒体のデザインも統一デザインに一新し大学のブランディングを進めた。

さらに、ブランディングの一環として、訴求力の高い動画を活用し本学を国内外に広く PR するため、今年度は大学紹介のためのプロモーションビデオを新たに制作し、海外にも広く発信するため、日本語テロップ版と英語テロップ版を本学 HP 及び公式 YouTube チャンネルにて 3 月末より配信するなど、検証を踏まえた戦略的・効果的な情報発信を行った。

< 関連計画：【33-1-2】 >

## ○教育研究等の内部質保証のための本学独自の外部評価の実施

平成 29 年度に教育研究等の内部質保証の一環として実施した、重点的取組や定量的指標 (KPI) に特化した全学的な「自己点検・評価」を活用しつつ、重点的・効果的な本学独自の「外部評価」を実施した。なお、実施に当たっては国立大学学長 1 名、京都府副知事 1 名、京都府内企業の代表取締役会長 2 名を外部評価委員として本学に招き、「教育」「研究」「国際化」「地域貢献」の各領域の進捗状況を 5 段階で評価してもらい「優れている点」及び「改善すべき点」等を挙げてもらう形で実施した。委員からは、KYOTO Design Lab を中心に展開する教育システムの更なる展開への期待や日本・海外の大学と企業が連携するグロー

カル連携海外インターンシップなどの企業ニーズの高い取組に対して高い評価をいただく一方、本学の育成人材像であるテックリーダーとして備えた能力の可視化の必要性や、全ての分野におけるものづくり女子の育成の必要性、「デザイン」の統一的な理念の確立及び具体的な方策を含めた大学としての打ち出しの必要性などが挙げられ、PDCA サイクルを促進する観点から、外部評価で明らかとなった課題を設定し、当該課題に対する改善方策を策定のうえ、「自己点検・評価」で明らかとなった課題の改善措置と併せてホームページで公表するとともに、「デザイン」の統一的な理念の確立及び打ち出しに関する課題については、早速、大学戦略キャビネットにおいて議論を開始し、アクションプラン策定に向けた検討を進めるなど、改善に向けた対応を開始した。

さらに、年度計画の外部評価だけでなく、併せて、本学の機能強化構想についての意見聴取を行い、組織対組織での共同研究を進めるにあたっての教員の負担軽減、インセンティブ付与及び業績評価への反映の必要性や、大学におけるアカデミックな教育と企業における実践的な教育とを融合した、企業の中での新しい次元のリカレント教育の必要性など、今後機能強化を実行する上での重要なアドバイス等を頂戴し、今後の展開に活用することとした。

< 関連計画：【32-1-2】 【32-1-3】 >