

琉球大学ユニバーシティ・アイデンティティの開発について

「琉球大学ってどんな大学？」と質問された時に、大学の構成員である学生や教職員は、そして地域の人々は、どのように答えるだろうか。琉球大学は他大学と比較してどのような特徴、個性、優れた点をもっているのであろうか。本学は、2050年の創立100周年に向けた長期ビジョンとして「地域とともに、豊かな未来社会をデザインする大学」及び「アジア・太平洋地域の卓越した教育研究拠点となる大学」の2つの長期ビジョンを掲げており（『2050年の琉球大学の姿（長期ビジョン）』長期ビジョン検討ワーキンググループ答申、平成26年12月9日）、この方向で教育・研究・社会貢献機能を一層強化する予定である。その鍵となるのが、ユニバーシティ・アイデンティティ（University Identity、以下UIという）の確立である。

UI開発は、「琉球大学はどういう大学か、何のために存在しているのか、これからどうありたいか」という本学の個性や存在意義を問い直して、それをタグライン（組織体のコンセプト・優れた点を世の中にわかりやすく伝えるための簡潔な表現、スローガン）、琉大のシンボルとなるロゴマーク、琉大カラーで統一的に視覚化し、琉大自らのアイデンティティを明確にする取組である。それによって、所属しているメンバー（学生、教職員）の連帯意識を高めるとともに、それを目にする保護者、教育関係者、県、市町村、企業、一般市民に対して一貫性のあるメッセージを伝えることができる。大学の構成員が自分たちのアイデンティティを共有することによって、何をすべきかがわかる。地域から愛され信頼される大学としての研究力と教育力、国際力を高めることができる。UI開発は、それによって地域に、世界に貢献する大学としての「琉球大学ブランド」を社会に浸透させ、長期ビジョン実現の歩みを加速する目的を持っている。

琉球大学のUI開発の始まりは、UIという言葉についての直接的な言及はないが、本学の存在力を高めるための広報力について触れている平成27年広報戦略タスクフォースによる「琉球大学におけるブランド確立に向けた広報戦略について」であろう。その後、平成28年度には、広報戦略本部設立に向けた議論の中で琉大のブランド力が検討された。（平成28年6月1日経営協議会、6月14日企画経営戦略会議、6月28日教育研究評議会）平成29年度に入り、5月に企画経営戦略会議後、教育研究評議会、役員会と進み、予算がついた事で開発が始まった。最終的には、平成30年11月の役員会で、エンブレム、コミュニケーションマーク、タグライン、琉大カラー（以下エンブレム等）が決まり、さらに同11月2回目の日の役員会で、関係する「琉球大学学章規則」、「琉球大学ユニバーシティ・アイデンティティに関する規程」、「UIガイドライン」が決定された。これによって、琉球大学のユニバーシティ・アイデンティティ（以下UI）の開発が終了したことになる。