

ブランド委員会

苫米地 司	加藤 智彦	渡辺 正大	高島 宏恭
渡辺 泰裕	鈴木 和彦	渡辺 一弘	川上 敬
橋本 達也	山本 敬巖	茶島 豊	

ブランドアクションプロジェクト

川上 敬	谷口 尚弘	蔵野 雅行	三上 健太
滝本 修士	和田 直史	矢神 雅規	石川 幸司
井野 拓実	倉本 浩平	山下 美妃	村岡 千種
山下 卓	山本 涼介	浅木 勝	山岸 朋恵
石黒 祐介	宮武 真知	菊池 亮介	浅野 大輝
渡部 俊也	杉山 力哉	福田 吏一	

※青字は2019年度メンバー

ブランドに関するお問い合わせはこちら

brand@hus.ac.jp

 学校法人 **北海道科学大学**

〒006-8585 北海道札幌市手稲区前田7条15丁目4-1
TEL: 011-681-2161 FAX: 011-681-7639
HP: <https://ed.hus.ac.jp>

企画編集・発行: 学校法人北海道科学大学
©2019 Hokkaido University of Science All Rights Reserved.

北海道科学大学
北海道科学大学短期大学部
北海道科学大学高等学校
北海道自動車学校
北海道科学大学附属薬局

ブランドアクションブック 2019

2024年の100周年まで、あと5年。
私たちは今、何をすべきなのか？

 学校法人 **北海道科学大学**
+Professional

地域社会に 新たなイノベーションを起こす

私たち北海道科学大学グループには、チームの力でイノベーションを起こす潜在的な力があります。専門や組織の枠を越え、地域社会とともに今ある活動をさらに高め、新たな活動を創造し、**+Professional**の精神を、さらに一步前に進めるために

2024年の100周年まで、あと5年。
私たちのブランドとは何か？
改めて、共に考え、行動しましょう。

ブランドとは何か？



誰に対して約束するのか？

ブランドとは「約束」です。

例えばApple、Microsoft、TOYOTA…。そのブランドの名を聞くだけで、私たちの心の中に湧き上がるような期待感があります。なぜでしょうか。その理由は、ブランドがたんなる名前やロゴマークを越えた「約束」の言葉だからです。

誰に対して約束するのか

何を約束するのか

約束をどうやって行動に移すのか

何を評価とするのか

それらの一つ、一つ、正しく理解することがブランドの本質を理解することにつながります。

私たちは「学生」と「地域社会」に約束しました。

自らのためでも、組織のためでもなく、
私たちが最も大切にすべき人たちのために約束しました。

「学生」とは、知的好奇心と学習意欲を持つすべての人。

その“学びたい心”に、いかにして火をつけ、“学ぶ人”にするか。
私たちの約束が、未来ある人をつくるのです。

「地域社会」とは、北海道を軸としてあらゆる地域で活動する
卒業生、地域住民、企業、自治体、その他のコミュニティ。

その人々のつながりを、いかにして生みだし、深め、広げていくか。
私たちの約束が、未来あるコミュニティをつくるのです。

何を約束するのか？

100周年ブランドビジョン

2024年までに、
基盤能力と専門性を併せ持つ人材を育成し、
地域と共に発展・成長する
北海道No.1の実学系総合大学を実現します。

「基盤能力」とは社会の一員として活躍するための基盤となる能力です。
社会的なマナー、コミュニケーション、共感と協働、そういった社会人としての
基盤を成す能力のことです。

この約束を果たすために、今、何をすべきなのか？

No.1とは、現在の延長線上で達成することは容易でなく、未来に照らし、
「現在を変えなくては」達成できない目標です。

そのために、私たちはCAPDo=Check(現状把握)、Act(改善)、Plan(計画)、
Do(実行)のサイクルを大切にします。今できることから着実に行動に移し、
それを実践し続けることが大きな目標達成につながります。

2024年、学生や地域社会から私たちがこの約束を確かに果たした、
と評価いただけるまでが約束です。
学生、そして地域社会が、自らの発展と成長を実感できてこそ
私たちの約束に意味があるのです。

私たちの信条、 「地域共育力」と「+Professional」

シンボルマークとスローガン

地域共育力

地域に根ざした教育機関として常に地域を想い、
地域全体を学びの場として地域と共に成長し、
地域の発展・成長に貢献する人材を育てます。

+Professional

ヒューマニティ、コミュニケーション能力、
問題発見・課題解決能力、マネジメント能力
といった基盤能力を基に、
専門性を身につけた人材を育成します。



+Professional

私たちの信条で語られた「地域共育力」を表すのが、Progress“H”と名付けられたシンボルマークです。北海道という我々が根ざし貢献すべき土地を表す「H」の文字と、学生、生徒、地域社会、教員、職員を表すリボンが一つに交わり（育み）、大きく広がっていく（成長していく）、地域共育力を象徴しています。鮮やかなオレンジ色はアクティブオレンジと名付けられ、私たちの教育にかける熱い想いを表しています。そしてスローガンとして「+Professional」をシンボルマークと共に掲げます。

 学校法人 **北海道科学大学**

 北海道科学大学

 北海道科学大学短期大学部

 北海道科学大学高等学校

 北海道自動車学校

 北海道科学大学附属薬局

約束をどうやって行動に移すのか？

3つの「価値」を共有します。

私たちの約束を、学生と地域社会に評価してもらうため、一人ひとりの行動が、グループ全体として、一つにつながるよう行動の方向性を全員が共有する必要があります。

■ 「地域に貢献できる人材」を育てます。

基盤能力と専門性を併せ持ち、地域の生活と産業を支える卒業生。彼らこそ学生と地域社会をひとつに結びつける鍵です。何を学んだかではなく、それをどう地域に役立てるか、それを自分の尺度にできる**心と技**を育てます。

■ 「協働が生み出す成果」をあげます。

幅広い領域で地域社会や他の教育・研究機関と連携・協働を進め、成果をあげます。協働によって生まれる成果こそが、地域社会の持つ力を広く認めさせ、より豊かで活力あふれる**地域社会の発展**につながります。

■ 「誇れる時間」を提供します。

広大なキャンパスと充実した設備、学生支援の体制とシステム、学習者主体の教育カリキュラム、熱意あふれる教職員に支えられた学生生活……。在学中及び卒業後も、生涯における「誇れる時間」として卒業生の精神的支柱となるような豊かな**教育**を提供します。

はたして、私たちに実践できるのか？

私たち「らしさ」が指針です。

一人ひとりが共通の価値を共有し、実践するのは容易ではありません。そんなときこそ、私たちの原点に立ち戻りましょう。一世紀近くの長い歴史の中で受け継がれ、磨かれてきたもの。そこに私たちを導く指針があるはずです。

■ 「地域への想い」

地域に根付き、地域と連携し、地域に貢献する、教職員の使命感と誇り。

■ 「愛情と厳しさ」

地域社会での活躍を願い、学生と向き合う教職員の熱意と姿勢。

■ 「基盤能力を育む力」

社会の一員として、活躍するための基盤となる能力を養成する力。

■ 「実学志向の教育・研究」

地域社会のニーズに応える、専門領域における実践的な教育・研究。

■ 「幅広い確かな連携力」

地域社会や他の教育・研究機関との連携、学内・学生の連携を生み出す実行力。

これまでのあゆみ

ブランドアクションのあゆみ

UI(ユニバーシティ・アイデンティティ)策定がスタート
グループで初めて、全設置校横断型のプロジェクトが始動。
ブランドビジョンと新しい大学名が検討され、決定



第1期
将来計画

ポスター

シンボルマークとスローガンが誕生

- ・北海道科学大学を象徴するシンボルマーク「Progress“H”」とスローガン「+Professional」が誕生
- ・学部ごとのブランドビジョン策定
- ・ブランドマニュアルを整備



ブランドコミュニケーション元年

- ・ブランドCMを制作、放映
- ・北海道科学大学校歌を作曲
作詞:和田徹三 作曲:三枝成彰
- ・キャンパスサイン計画始動



TV-CM



校歌のCD



サイン計画

ブランド委員会スタート

- ・学内のブランドアクションを検討



ブランドアクションプロジェクトスタート

- ・Sub-KGI, KPIを策定

ブランドアクションスタート

- ・KPIの測定と分析を開始
- ・プロジェクト型アクション、+PIT企画始動



第2期
将来計画

2012

- 北海道工業大学
新学科開設
- 北海道工業大学大学院
専攻開設
(既存2専攻を再編)
- 北海道薬科大学大学院
専攻開設
- 北海道薬科大学附属薬局
(収益事業)開設

2013

- 法人本部移転
前田キャンパス
(札幌市手稲区)へ
法人本部を移転
- 新校舎棟の建設開始
前田キャンパスに
新校舎棟を建設、
旧校舎棟の改築、
実学系総合大学の
キャンパス整備

2014

- 学園創立90周年
学園が創立されてから90年の節目に、
100周年へ向けた活動が本格的に始動
- 学校法人北海道尚志学園を
学校法人北海道科学大学へ
法人名称変更
- 北海道工業大学の改組
新学科開設に伴い、学部名を改称
- 北海道工業大学の大学名を改称
実学系総合大学の広がりをも適切に表す
ために、北海道工業大学を北海道科学
大学へ改称
- 北海道自動車短期大学の大学名を改称
北海道自動車短期大学を北海道科学
大学短期大学部として大学名を改称

2015

- 北海道科学大学短期大学部および北海道薬科大学が前田キャンパスへ移転
北海道科学大学短期大学部学科廃止

2016

- 北海道科学大学大学院専攻開設 (既存4専攻を再編)
- 北海道尚志学園高等学校を北海道科学大学高等学校へ学校名称変更

2017

2018

- 北海道薬科大学が北海道科学大学と統合
北海道科学大学大学院専攻開設
- 北海道科学大学短期大学部 学科名称変更
北海道科学大学高等学校 学科再編

統合、改組、再編のあゆみ



2024年 100周年を経て未来へのあゆみ



※2019年7月現在の予定であり変更になる可能性があります。

一人ひとりが 「実学につながる行動の人」であるために

実学系総合大学は、単に「実学系学問が集まった」大学ではありません。そこに集う教職員や学生自身が「実学につながる行動の人」であるべきです。行動の人となるための、私たちの行動規範が北海道科学大学グループアクション・ルールです。

グループアクション・ルール

1. 地域貢献を日々、意識しよう。意識させよう。

地域貢献は、普段から地域に関わってきた積み重ねの結果。まずは小さな活動からでも、地域に関わっていきましょう。学生が地域貢献の意識を醸成できるよう、働きかけましょう。

2. 現状を常に数値として把握しよう。

現状を、感覚だけではなく、数値で把握することを常に考えましょう。数値にすることで思い込みを排して、現状を冷静に見つめることができます。そして、時系列や相互の比較を可能にし、改善策を具体化できます。数値は私たちの言葉です。

3. CAPDoサイクルをまわそう。

CAPDoサイクルは科学の基本であり、生産性改善の第一歩。特にC=現状把握と、それに続くA=改善活動を大切にしましょう。大きな計画づくりも大事ですが、まずは小さくても実践し続けることを重視し、改善のスピードを上げましょう。小さな成功が、確かな確信につながります。

4. 常に北海道「初」を目指そう。

自分達の活動が「北海道初」になることを意識して、実践しましょう。北海道「初」を積み重ねることが、他にないユニークな魅力を持った存在となる王道です。「初」を大切に、そのために広く自分のアンテナを張り、新しい動きを北海道に根付かせましょう。

5. 教職員が自ら、学生にロールモデルを示そう。

学生たちは、私たち教職員の普段の態度を見て学びます。学生たちに生産性の改善や基盤能力の重要性を伝えるため、北海道科学大学グループに働く教職員すべて、そしてその活動そのものを、生きた教材として学生たちのロールモデルとなるべく意識しましょう。

6. グループ内に自分の活動を発信しよう。

北海道科学大学グループの良いところは、真面目さ・誠実さ。しかし、その真面目さが慎重さとなって、時に情報共有を妨げることもあります。まだトライの段階でも、もっと積極的に情報を発信しましょう。あなたの成功を組織の成功にするだけでなく、あなたの悩みや迷いを組織全体の問題提起に変えましょう。そしてあなたの挑戦意欲を組織全体の挑戦の意欲に変えましょう。情報発信を通じて、横のつながりを生みだしましょう。

7. グループ内外に新結合をつくりだそう。

北海道科学大学グループは、北海道科学大学、短期大学部、高等学校、自動車学校、附属薬局を有し、そこに多様な個性と見識を持った教職員がいます。そして学外には、北海道でも有数の同窓会があります。これらの新たなつながりをつくり、地域社会に対する価値創造を加速しましょう。

私たちには潜在的な力があります。

それを具現化させ、北海道の発展・成長に最も貢献する大学になりましょう。

+PITプロジェクト

+Professional Innovation Team Project



「やりたい」という想いを 組織としてサポートする

私たち北海道科学大学グループは、チームの力でイノベーションを起こす。教育で、研究で、そして地域で、枠を越え、既存の活動を広げ、新しい活動を開発して、+Professionalの精神を、更に一歩前に進めます。

2019年度認定された プロジェクトの数

19

- ・「北海道産=ヘルスケア」を発信しよう！
- ・迅速に段階階上に避難できる機器の開発
- ・プロジェクトF～健康、スポーツ応援サポーターズ～
- ・T型フォード再生プロジェクト
- ・自動車の好きな人、集合！
- ・北海道高等学校ロボット競技大会
- ・かがくガオーの森保育園プロジェクト
- ・花壇整備ボランティア
- ・冬季における防災機能をもったキャンパスの構築
- ・教育用・講演用コンテンツ動画の共同制作
- ・「HUSクラウドキャンパス」プロジェクト
- ・北科大IPE(多職種連携教育)を作り上げよう！
- ・地域の課題解決と活性化を視野に入れた自転車通学路と自転車専用道路の提案
- ・手稲歩く観光ルート創造プロジェクト
- ・北海道科学大学ウォーキングコース施工計画
- ・エゾシカと車両の衝突回避のためのスピーカーシステム開発
- ・HUSキャンパスイルミネーション
- ・「ていね夏あかり」の新たな展開へ向けた、持続する地域連携活動の在り方の検証と実践
- ・北海道ルネサンスプロジェクト:人的革新による持続的相互扶助社会の構築

+ARTプロジェクト

+Alumni Relation Team Project



私たちの伝統を、 未来の価値とするために

卒業生は北海道科学大学グループの重要なファミリーです。卒業生の価値を高めることは、私たち全員の価値を高めることにつながります。また、卒業生とのリレーションを高めることは、学生や教職員にとっての大きな支えになります。卒業生がもたらしてくれる情報や知識・知恵、あるいは大学や学生への物心両面のサポートは、+PITを始めとする新しい活動を支える力となるでしょう。更なる卒業生リレーションの強化を図っていきます。

2018年度の活動事例



<かがくガオーの切り株>
手稲区星置のべんべやと本学がコラボして誕生したオリジナルのパウムクーヘン。かがくガオーがプリントされた本学オリジナルパッケージで販売。



<HUSタオルハンカチ>
本学のシンボルマーク「Progress "H"」が刺繍された今治タオルのハンカチを販売。今治タオルの特徴である吸水性に優れ、柔らかく普段使いしやすいハンカチ。

- 教育の+PIT
 - ・ 学科、学部を越えて学生や教職員が活動に参加できる制度やサポートを考える。
 - ・ 卒業研究等で学生が協働できる制度やサポートを考える。
- 研究の+PIT
 - ・ 「私立大学研究ブランディング事業」や4つの研究所を活用しプラットフォームを強化。
 - ・ 学科、学部を越えた協働研究を生みだす制度や仕掛けを考える。
- 地域の+PIT
 - ・ グループ内の知の集積を、積極的以外のコミュニティと共有する。
 - ・ 地域との交流機会をつくり、共に考える場をつくる。

情報交流のためのグループ内インフラの整備

+PITプロジェクト推進のため、既にある活動や研究を多くの人が共有し、協働しながら新たな活動や成果を発信できる情報インフラを整備します。グループ内の潜在力を顕在化させると同時に、施設整備や、人材等を共有・活用する仕組みもつくりま。

- 卒業生との交流
 - ・ 卒業生がグループ内の情報や施設等に簡単にアクセスできる仕組みを整備する。
 - ・ 卒業生が最新の情報を更新できる機会を提供し、卒業生同士の交流を活性化する。
- 卒業生と在学生との交流
 - ・ 多様な視点で卒業生と在学生との交流機会を提供し、学生の成長を導く。
 - ・ 卒業生の多様な活動を学生が知り、親しみ、参加できる機会をつくる。
- 卒業生との協働作業による学生支援
 - ・ 給付型奨学金創設等の学生支援を、卒業生と協働で考える。
 - ・ 目的限定型の寄付金等、対象を明確にした募金活動をつくり、学生やグループの活動を継続的に支援する仕組みを考える。

卒業生との交流チャンネルを更に強化

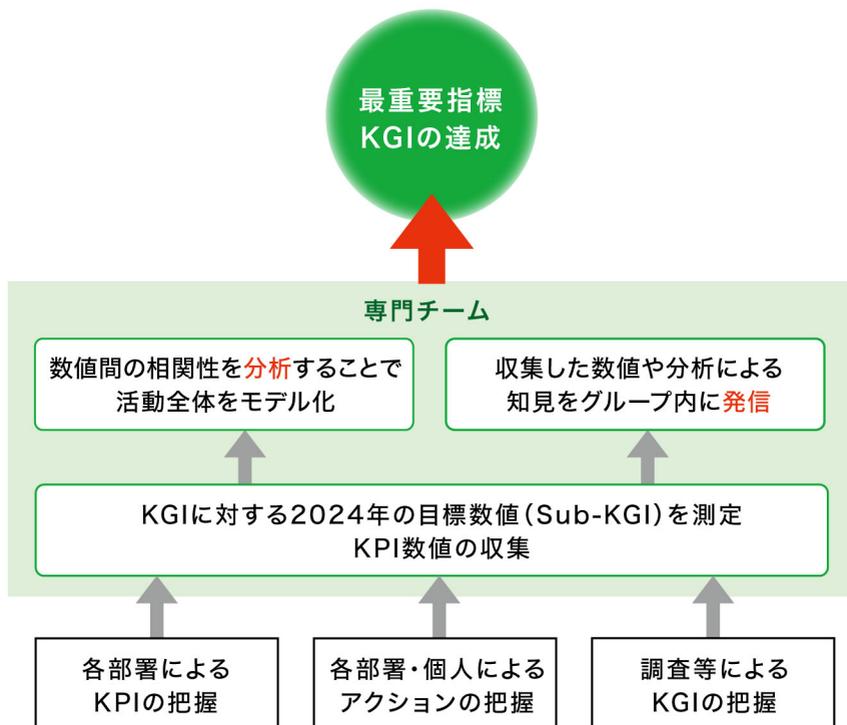
年次だけでなく、業界や地域を通じた名簿の整備、人脈の掘り起こしやオンラインでの情報提供、イベント等。卒業生が自発的に私たちと交流できる機会を充実させ、また設置校毎に分かれている同窓会組織の交流にも取り組みます。

「北海道の発展・成長に、現在最も貢献している大学は？」

この問いかけこそ、私たちの最も重要な指標、KGI (Key Goal Indicator) です。
その問いに、自信を持って「北海道科学大学」と答えるために、
重要活動評価指標：KPI (Key Performance Indicator) を定め、
KGI達成に向けてアクションの進展を見える化し、共有していきます。

今を測り、未来を図るためのKGIとKPI

私たちのアクションの質と量を高めていくために、日々の活動をKPI、
最終的なゴールをKGIとして把握・分析し、グループで共有していきます。
「測る」ことこそ科学的マネジメントのスタートです。
その結果から、どのようにブランドビジョンを達成するかという未来を「図る」。
まず私たちの現在を見つめ、現在を越えることで前進しましょう。



2024年の目標数値

「北海道の発展・成長に、現在最も貢献している大学は？」の問いに対し、
「北海道科学大学」と答える人の割合が目標数値 (Sub-KGI) です。
2020年には中間評価を行い、達成度の進捗確認を行います。

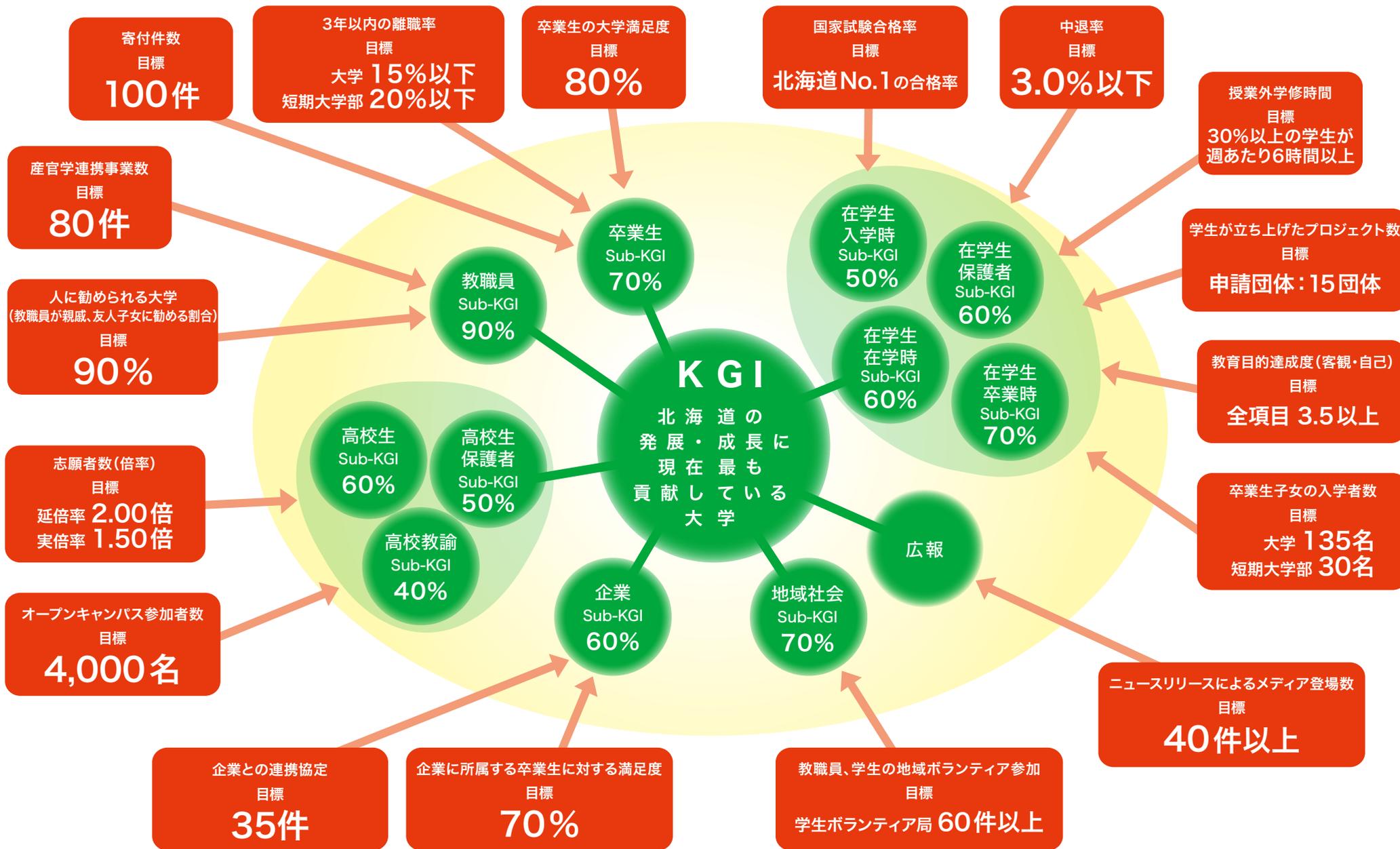


※2019年7月現在で把握している数値です。

何を評価とするのか？ (KGI、KPIの収集、分析、発信)

KPI(Key Performance Indicator:重要活動評価指標)

KPIによって日々の活動を把握することがKGIの達成につながります。 ● KGI ■ KPI



2012年から私たちは

「北海道No.1の実学系総合大学」の実現をめざし

さまざまなアクションを起こしてきました。

その成果は確実に実り始めています。

学生募集

一般センター志願者数
(2019年度入試)

道内私大No.1

研究

科研費採択件数
(2012-2018年度比)

300%

就職支援

卒業生の就職先満足度
(2017年度)

96.7%

地域貢献

公開講座参加者数
(2012-2018年度比較)

698人→3,256人

さらなる飛躍に向けて一人ひとりがスピード感をもって

行動すればブランドビジョンは必ず現実のものとなります。

2024年の100周年まで、あと5年。

ブランドビジョンの実現に向けて

「グループ一体」となり、取り組みましょう。