



所在地/北海道札幌市  
沿革/1924年自動車運転技能教授所設立。1953年北海道自動車短期大学開学、1967年北海道工業大学開学、1974年北海道薬科大学開学、2014年北海道工業大学を現名称に変更、2018年北海道薬科大学と統合。  
学生数/約4500人 学部/工、薬、保健医療、未来デザイン  
大学院/工学、薬学、保健医療学  
▶THE世界大学ランキング日本版2020/201+位

### 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。

2012 — UIの策定スタート

2013 — シンボルマークとスローガンを制定

2014 — ブランドコミュニケーション元年  
・法人名称、大学名称を変更

2017 — ブランドアクションプロジェクト活動開始  
・KGI\*2、KPI\*3、アクションを策定

2018 — ブランドアクション本格始動  
・KGI、KPIの測定と分析、  
組織横断型活動推進プロジェクト(+PIT)を開始

2020 — ブランドアクションカードの作成  
KGI、KPIの測定と分析を継続

2024 — 100周年ブランドビジョン達成

#### グループアクション・ルール

1. 地域貢献を日々、意識する
2. 現状を常に数値として把握する
3. CAPDoサイクル\*1をまわす
4. 常に北海道「初」を目指す
5. 教職員が自ら、学生にロールモデルを示す
6. グループ内に自分の活動を発信する
7. グループ内外に新結合をつくりだす

#### KPI → KGI

「KPI」を達成するための業務ごとの指標

「KGI」を「北海道の発展・成長に現在最も貢献している大学」を実現する（最重要目標）

\*1: C(現状把握)とそれに続くA(改善活動)を大切に、改善のスピードを上げることを重視した生産性改善サイクル。\*2: Key Goal Indicator \*3: Key Performance Indicator

## 注目! 「北海道No.1の実学系総合大学」の 具体をKGI、KPIで示し、行動を促す

北海道科学大学は、数値目標にこだわって、ここまで改革を進めてきた。「北海道No.1の実学系総合大学」というKGIを達成するために、さまざまな角度から“大学の今”を測るKPIを設定し、経年で測定している。指標は2020年時点で64項目。「志願者数」や「卒業生の満足度」だけでなく、「学生が立ち上げたプロジェクト数」「教職員や学生の地域ボランティア参加」「卒業生子女の入学数」など、広範囲にわたる。

苫米地理事長は、「数値目標を立てること、目標をクリアすることも大切だが、より重要なのは構成員一人ひとりが常に目標を意識して自ら行動すること」と語る。同大学は2020年度、IDカードサイズの「ブランドアクションカード」を作成し、全教職員に配付した。中面には2024年の100周年ブランドビジョン達成までのロードマップが示されており、裏面には各自の行動目標を記入するスペースが設けてある。カードを常に携帯し、目標を目にすることで、達成に向けた全教職員のアクションが加速することを期待していると言う。

#### 2024ブランドアクションカード



理事長自ら行動ルールを設定し、学内に発信。

### CASE STUDY

## 地域に役立つ継続的教育改革で ブランドビジョン実現へ

2024年の法人創立100周年に向け、長期スパンでブランディングを推進する北海道科学大。これまでの改革で見えてきた成果と課題、今後に向けた取り組みについて聞いた。



理事長 苫米地 司

とまべちつかさ ●1976年北海道工業大学工学部建築工学科卒業、同年同大学助手。1985年東北大学工学部私学研修生。1986年東北大学(工学博士)。1995年北海道工業大学工学部教授、2010年同大学副学長。2011年同大学学長、2014年北海道科学大学学長(大学名称変更)。2017年より現職。

### ビジョン実現に必要な 地域向けブランディング

元は工業大学だった本学。学生募集が厳しくなる中、2014年に「北海道No.1の実学系総合大学になる」というビジョンを掲げました。それ以降、PBLを主とした教育改革や道内で需要が高い分野の学部新設、大学名の改称、系列校の統合など、矢継ぎ早に改革を断行。その結果、志願者数が道内の私大で2年連続トップになるなど、地域の高校や高校生の期待は大きく向上しています。

一方で、地域社会でのブランド浸透はまだ途上です。市民や企業へのイメージは、以前の「北海道工業大学」のまま。そこで、市民向け公開講座、地元企業とのフォーラムを通じて研究内容を発信したり、学生が内定企業の前で卒業研

究を発表したりするなど、新しくなった本学の教育と研究の成果を広める機会を増やしています。

「この解決に寄与する人材を育てるには、常に教育をアップデートすることが欠かせません。」

そこで次年度からは「農業・食」「観光」「バイオ・ヘルスケア」など北海道特有の課題・データ等を教材としたPBLによるデータサイエンス教育を全学で展開します。協定を結ぶ道内の自治体提供の実データを使い、地域のリアルな課題の分析を行う予定です。さらに、課題解決策を考える背景として押さえるべき地域の歴史と産業を学ぶ「北海道学」を、全学共通科目化することも検討中です。

### 教職の役割分担が 改革推進の鍵に

これまでの改革を振り返ると、中堅・若手教職員の力の重要性を痛感しています。一連のブランディングでは、彼らが組織横断的

なPTチームをつくり、法人全体の課題、将来の方向性を議論し、改革のエンジンとなりました。そのメンバーが今は、副学長や部長職になって若手を引っ張るなど、好循環ができています。

職員と教員の役割分担も大切です。職員は一致団結して大学全体のブランディングをリードする。教員は自分たちの教育に対してしっかりと責任を持ち、大学のブランド確立に貢献する。そのような関係を築くのが理想でしょう。

改革以前のわれわれが意識していたのは道内の大学ばかり。しかし改革後は先進的な取り組みを求め、全国の大学に目を向けるようになりました。職員の大学院進学や学外研修の支援を通じて、その意識をさらに高めていきます。

本学は2001年より学びのICT化に力を入れ、ネットオーブンキャンパスにも2016年度から取り組んでいます。そのため、このコロナ禍でもスムーズに教育や募集活動のオンライン化に移行できています。今後は、得意の工学の力を活用し、教育、広報、学内業務のデジタル化を図っていく考えです。われわれが常に新しい情報、教育を提供していくことで、学生は成長し続けます。その意味で改革に終わりは無いでしょう。

取材文/本間学