



所在地/福岡県久留米市  
沿革/1966年久留米工業学園短期大学を設置。1976年久留米工業大学工学部を設置。  
1979年久留米工業学園短期大学を廃止。  
学生数/約1500人 学部/工  
大学院/工学(エネルギーシステム工学専攻、電子情報システム工学専攻、自動車システム工学専攻)

### 2017年 ビジョンの策定

一人一人の学生の才能を伸ばし、グローバルな視点を持つ  
ものづくり産業人を育成し、地域の産業界から頼りにされる、大学となる

### 2019年ステークホルダー調査を実施

### 2020年 ブランディングの見直し

福岡一小さな工業大学だからこそ、解決できることがある  
工学技術で地域に貢献する大学、課題解決を通して学生が成長を実感する大学

#### 教育

- 「地域と学び、みんなでブレイクスルーする  
オフィシャルパートナーシップ制度」の創設
- 地域課題解決型の卒業研究の推進
- 「地域連携」の科目新設など

#### ブランドスローガン



Small, Smart & Special

#### 広報

- 広報ブランディング研修会の実施
- 特設サイトでの地域貢献事例の  
情報発信
- アドミッション・ポリシーの見直しなど

規模じゃない。希望のスケールを誇りたい。

## 注目! 改革の成果を学外に伝えるための 広報ブランディング研修会

全学的な取り組みを一体感を持って学外に伝えるには、全員が同じ思いで  
取り組み、同じ言葉で、同じ熱量で語る事が重要だ。久留米工業大学ではこれ  
を目的とするFD・SD「広報ブランディング研修会」を実施している。

参加した教職員はブランディングの基礎知識を学ぶだけでなく、ビジョンの実  
現に向けて自分たちができることを議論し共有している。工学技術で地域と連  
携するために明日から自分は何に取り組むのかを個人ワークで考えたり、課題  
解決を通して学生が成長した事例を参加者同士で出し合ったりした。さらに自  
学の教育の特徴について、外部のステークホルダーとどうコミュニケーションを  
取ったら伝わりやすいのかを模索、共有するためのペアワークも行われている。

「広報の視点から取り組む教育改革には、“伝えたい大学の姿”をハブにし  
て、一人ひとりの取り組みをつなぐ効果があると考えています。それぞれの取  
組みは小粒でも、全体として大粒になる広報ブランディングを展開していきま  
す」(河野教授)。

高校教員と教育を語るためのワー  
クのフレームに沿って話すことで  
教育を語る基本の型を身に付ける

#### Vision

大学は何をめざして、

#### Process+Evidence

そのために何に取り組んでおり、  
今はどういう状態なのか

#### Recommend

だから、どういふ生徒に  
本学を勧めてもらいたいのか

## CASE STUDY

# 広報起点の教育改革で 地域の大学ブランディング

伝えるだけの広報から、組織変容を促し、教育改革の担い手となる広報へ。  
久留米工業大学では、全学と地域を巻き込みながらブランディングを進めている。



工学部  
情報ネットワーク工学科  
学長補佐(広報)・教授 **河野 央**

このひろし●2004年九州芸術工科大学大学院博士  
後期課程修了。CG制作会社、九州大学ユーザーサイエ  
ンス機構での勤務を経て、2007年久留米工業大学に着任。  
2014年教授。2015年より学長補佐(広報委員長)を務め  
る。研究分野はCGによる視覚情報デザイン。

### 地域の高校生が求める 教育は何かを出発点に

本学は1966年の建学以来、主に自動車工学の分野で地域に人材を送り出してきた大学です。2018年度には、先進モビリティ技術を社会福祉に応用する研究で「私立大学研究ブランディング事業」に採択されました。この採択を機に、本学のイメージを地域のステークホルダーに改めて開いたことが、本学のブランディングを見直すきっかけになりました。調査前は、近隣の大学と比較して知名度が低いことが、学生募集で苦勞する理由だと考えていました。しかし、結果は違いました。実際には、知名度に大差はなく、教育内容が十分に理解されていないことに課題があったのです。加えて、高校生の学びのニーズ

### 地域の人々と共に 教育プログラムを開発

地域活動を通して学生の成長を実現するには、地域の御用聞きではなく、教育プログラムとして地域貢献に取り組む必要があります。そこで、地域の人も本学の教育に参加してもらい、共に地域課題のブレイクスルーをめざす「オフィシャルパートナーシップ」を創設しました。

と本学が提供する教育の間に「ズレ」が生じていることもわかりました。地域の高校生は大学に何を求めているのか。それは、地域貢献がしたい、地域の課題を解決する力を身に付けたいということ。高校生にとって学ぶことは「目的」ではなく、課題解決力を身に付ける「手段」になっているのです。この背景には、高校での探究学習の進展があると考えられます。かねてより本学では、研究ブランディング事業などを通じて地域貢献に取り組んでいます。そこで、高校生の期待にこたえるべく、地域貢献の取り組みを強化する教育・研究改革と、その成果をきちんと伝える広報の改革に、全学で取り組むことにしました。

これは、本学の教育に賛同する地域の企業や市民団体の実務者を募り、大学と同等の立場で教育プログラムの開発に携わる「人材育成パートナー」に認定する制度です。個人単位で、無償で参加する点特徴です。参加者のメリットは、大学の公認が得られること、大学をハブとした地域ネットワークに参加できることなどが挙げられます。

教育プログラムは、地元企業や居住地域が抱える課題を題材に開発します。集まる課題には地域の現況が反映されるため、今後は必然的にコロナ禍の中での企業活動や生活に関する取り組みが増えるでしょう。この活動は、正課の授業として単位認定します。教育だけでなく、研究においても地域貢献を強化するため、地域課題解決型の卒業研究を各学科・ゼミには推奨しています。これらの活動は、広報から提案したものです。というのも、広報は自学の姿を外に伝えるだけでなく、伝える中身をつくる工程にも積極的に関わるべきだと考えるからです。地域の人々に「この大学があつてよかった」と思ってもらおう。そしてそれを教職員が誇りに思える大学にすることが、本学のブランディングの目標です。