

(3) ブランド力向上プロジェクト

事業計画案概要説明

大学のブランド向上は一朝一夕には行かないのが現実である。しかしながら、本学は創立以来85年を超える武蔵工業大学、50年を超える東横短期大学の上に存在する。これらの両伝統は、世に誇ることができる大切な財産である。この伝統の良さを世に知らしめるといふことによってブランド向上に繋げていく。そのために、以下の5つの事業計画を推進する。

1. 広報力強化によるブランド力

まずは、広報の戦略展開である。近年、紙媒体、Web ページのみならず、SNSなどの双方向情報発信機能も積極的に活用していく。それぞれの広告媒体の特徴に応じて使い分けるといふことを戦略の一環とする。

2. 国際化の推進によるブランド力

グローバル化のための施設、グローバル化のための教育に加えて、国際交流の企画推進、学生の海外留学への支援/教職員の海外研修、国内外企業へのインターンシップ制度の維持促進、海外の大学との交流システムの構築などのソフト的な事業を3番目の矢として、トータル的にグローバル化の実を挙げていく。

3. 産学協同体制の構築によるブランド力

学生の就職という面から言えば、企業に東京都市大学の名前と内容を認知してもらうことは大変重要なことである。この面から、卒業生との交流活性化によるPR効果の促進、地域社会との連携によるPR促進等を推進していく。

4. 創立記念事業によるブランド力

創立記念事業はどの学校でもPR活動や募金活動あるいは施設整備の更新の契機となっている。本学も直ぐに到来する創立90周年、創立100周年の記念事業を通じての様々な事業を通して、教育施設設備更新あるいは教育内容刷新の契機とした事業計画によってブランド力向上に繋げる。

また、本学を直ぐにイメージできるような都市大グッズ/ロゴ/キャッチフレーズを制作し、PR活動に用いる。

5. 東京オリンピック開催に合わせた“都市大”ブランド力の向上戦略

東京オリンピックの開催に合わせて、“都市”をキーワードにブランド戦略の企画に取り組む。

ブランド力向上プロジェクト 事業計画／スケジュール

	2013年度	14 (1年後)	15 (2年後)	16 (3年後)	17 (4年後)	18 (5年後)	19 (6年後)
施策・事業案							
1. 広報力の強化によるブランド力							
① “広報戦略室”の設置		設置	シンボルマークの作成		創立90周年に関する広報活動		
② シンボルマークの作成、Webページの刷新		検討・運営			創立90周年に関する広報活動		
③ SNSなどの双方向情報発信機能の活用など		検討・運営・広報			創立90周年に関する広報活動		
2. 国際化の推進によるブランド力							
① インターナショナル交流の企画推進		検討	導入	運営			
② 学生の海外留学への支援／教職員の海外研修		検討	導入	運営			
③ 国内外企業へのインターンシップ [®] 制度の維持促進		検討	導入	運営			
④ 海外の大学との交流システムの構築		検討	導入	運営			
3. 産学協同体制の構築によるブランド力							
① 卒業生との交流活性化によるPR効果の促進		仕組み検討	PR促進 窓口設置		PR促進		
② 産学協同研究成果の対外的なPR促進		仕組み検討	PR促進 窓口設置		PR促進		
③ 地域社会との連携によるPR促進		仕組み検討	PR促進 窓口設置		PR促進		
④ 特別教授制度による先端研究導入							
4. 創立記念事業によるブランド力							
① 創立 90 周年記念事業実行委員会の設立と運営				設立・運営	運営		
② 創立 100 周年記念事業実行委員会の設立と運営							
③ 都市大ロゴ／キャッチフレーズ／グッズの制作		広報戦略室と 取り組み内容検討			創立90周年に向けての広報活動		
5. 東京オリンピック開催に合わせた“都市大”ブランド力の向上戦略							
① 東京オリンピックへの開催に合わせた東京都市大学としての貢献		広報戦略室と取り組み内容検討			実施		
② 課外活動の強化(スポーツ)		広報戦略室と取り組み内容検討			実施		

▶ 90周年

▶ 100周年

2020年度 (7年後) 21 (8年後) 22 (9年後) 23 (10年後) 24 (11年後) 25 (12年後) 26 (13年後) 27 (14年後) 28 (15年後) 29 (16年後) 2030年度 (17年後)

目標	2020年度 (7年後)	21 (8年後)	22 (9年後)	23 (10年後)	24 (11年後)	25 (12年後)	26 (13年後)	27 (14年後)	28 (15年後)	29 (16年後)	2030年度 (17年後)
次期の100年に向けたビジョンの策定											
▶ 創立90周年に向けての都市大ブランドの定着											▶ 創立100周年に向けての都市大ブランド力の向上
▶ “東京都市大学”の知名度向上											▶ “Tokyo City University”の知名度向上
▶ KPI: 海外インターンシップ参加学生数30名以上											▶ KPI: 世界大学ランキング300位以内
▶ 各種連携によるPR効果の向上											▶ 各種連携成果の社会的な認知
▶ 創立90周年記念事業による知名度の向上											▶ 創立100周年記念事業による知名度の向上
▶ オリンピックへの貢献を通じた都市大のPR向上											—

※KPI:key performance indicator (重要業績評価指標)

1. 広報力の強化によるブランド力			
	目的（実施理由等）	実施内容	予測される効果
① “広報戦略室”の設置	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現状の広報は、大学（入試広報課）と法人（広報グループ）のそれぞれで活動しているため、大学広報を二重に行っている場合がある。法人と大学との重複を解消し、スピード感のある広報を実現するため、都市大グループ広報を統括する新組織“広報戦略室”の設置を提案する。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 新たな事務組織として“広報戦略室”を設置し都市大グループの広報をプランニング及びマネジメントする。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ “広報戦略室”を設けることにより、学内外広報の迅速化、学内情報の一元集約化、広報予算の一元化による節約など、戦略的かつ効率的な広報活動が可能となる。また、グループ全体を俯瞰した広報戦略が行えるのでスケールメリットを強みに企業とのコラボレーションが可能となる。
② シンボルマークの作成、Webページの刷新	<ul style="list-style-type: none"> ■ 大学が名称を2009年に東京都市大学に改称し本学のロゴマークが定着した。これに加え、創立100周年まで使う“周年記念シンボルマーク”を作成し学生及び教職員の意思統一を目指す。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 創立100周年まで活用出来る“周年記念シンボルマーク”／ロゴ／キャッチフレーズ／都市大グッズ等を作成する。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ “周年記念シンボルマーク”等を通じて、「歴史のある大学であること」と「新たな時代に向けた本学の取り組み」を学内外に広くビジュアル的に周知することが出来る。
③ SNSなどの双方向情報発信機能の活用など	<ul style="list-style-type: none"> ■ 受験生、保護者、他大学及び企業など本学に関わるステークホルダーは、本学の情報をHPから得る。情報化時代の広報戦略として、大学HPやSNSを充実させることは喫緊の課題である。広告代理店の分析結果によると「大学のHPは情報量が多過ぎる」と言うので広報のトレンドを反映した効果的な大学HPを制作する必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ SNS (Facebook, Twitter, LINEなどのソーシャルネットワーキングサイト) による双方向情報発信機能を活用する。 ■ Webページのトレンドを反映し時代を先取りした効果的な広報活動を行う。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 例えば、受験生はスマートフォンなどの携帯端末を常に持ち歩いており、SNSはライフスタイルの一部になっている。「ユーザーにタイムリーな情報を提供すること」が出来ると同時に、「受験生のニーズをタイムリーに把握すること」が出来る。

2. 国際化の推進によるブランド力

	目的（実施理由等）	実施内容	予測される効果
① インターナショナル交流の企画推進	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国際感覚を身に付けるため、日本人学生、留学生及び教職員を対象とした主に英語を用いたインターナショナル交流イベントの企画運営を推進する。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 主に英語を用いたイベントの企画運営を各学部や委員会などに依頼する。 ■ 都市生活学部：日本在住の外国人向けの東京住宅事情説明会（相談会）。 ■ 人間科学部：東京の子育て環境の説明会（相談会）。 ■ 工学部・知識工学部：外国人向け科学体験教室（専門性を活かした実践的英語教育の機会創出）。 ■ 学生部委員会：90周年記念事業として、主に英語を用いた学園祭の開催。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 主に英語を用いることにより、実践的国際コミュニケーション力を醸成することが出来るとともに、グローバル人材育成も期待出来る。
② 学生の海外留学への支援／教職員の海外研修	<ul style="list-style-type: none"> ■ 海外志向の学生が増えている中、在学中に休学や留年することなく海外留学出来ることが学生にとってのメリットになるのでそのための制度を整え学生の海外留学を支援する。 ■ 教職員のグローバル人材教育も学生のそれと同様に重要であるので教職員が国際標準の業務に取り組むことが可能となるよう海外研修のための制度を整え支援する。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 学生向け海外留学支援制度を整備する（情報提供、相談窓口、奨学金制度の設立など）。 ■ 休学・留年せずに4年間で卒業出来る様にカリキュラムを改定する（クォーター制度の導入など）。 ■ 教職員向け海外研修プログラムを提供する（語学留学、海外FD研修など）。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 留学により、語学力の向上に加え、異文化体験を通じて、国際感覚を身に付けたグローバル人材を育成出来る。 ■ 教職員が海外研修を経験することにより、語学力、国際理解力が向上し学内運営を国際標準に変えていくことが出来る。
③ 国内外企業へのインターンシップ制度の維持促進	<ul style="list-style-type: none"> ■ “就職に強い東京都市大学という本学の強み”を更に強化するために、国内外のインターンシップ先企業や機関を増やし多くの学生に就業体験させることにより本学の就職率を高水準で維持する。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現状、インターンシップ先企業の開拓は個々の教員に頼っている状況であるので、インターンシッププログラムを支援するための体制（組織）を作る。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 企業でのインターンシップを経験することによって、社会に適応出来るグローバル人材を育成出来る。

2. 国際化の推進によるブランド力			
	目的（実施理由等）	実施内容	予測される効果
④ 海外の大学との交流システムの構築	<ul style="list-style-type: none"> ■ どのようなレベルの海外大学と協定を結んでいるかは大学のステイタスを示すバロメーターの一つである。海外の有名大学との協定を結び本学の国際的地位向上を目指す。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 交換留学推進の組織作り。 ■ 研究者交流推進の組織作り。 ■ 受入れ体制の整備（寮設置、奨学金制度など） 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 学内に留学生，外国人研究者が増えることにより、キャンパス内のグローバル化を推進することが出来る。

3. 産学協同体制の構築によるブランド力			
	目的（実施理由等）	実施内容	予測される効果
① 卒業生との交流活性化によるPR効果の促進	<ul style="list-style-type: none"> ■ 企業などの実社会で活躍する卒業生との交流を活発にすることにより企業と本学との研究シーズを発掘する。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 卒業生と大学側（例えばキャリア支援センター、各学部学科及び校友会）との連携強化するための体制作り。 ■ OB講演会など卒業生との接点になる学生向けイベントの企画運営体制作り。 ■ 校友会による卒業生参加型イベントの企画運営体制作り。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 卒業生と大学との連携を強化することにより、愛校心の醸成を第一に期待し、更には、就職率の向上と寄付の増加も期待出来る。
② 産学協同研究成果の対外的なPR促進	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国（行政）や国内外企業に本学研究成果を発信することにより、新たな課題や要望（ニーズ）を研究シーズに変えて産学協同研究を充実させる。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 研究成果を外部発信することと外部資金（科研費を含む）を戦略的に獲得するための専門部署を設置し専門職を配置する。 ■ 企業との情報交換と恒常的に行うことが出来る交流サロンを設置する。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国（行政）や国内外企業に本学の研究成果を発信し、本学の研究内容が社会に理解されることにより、新たな産学協同研究が生まれ研究力のある大学としての認知度が向上する。
③ 地域社会との連携によるPR促進	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域の行政や社会に本学の研究成果を発信することにより、地域社会の新たな課題や要望（ニーズ）を研究シーズにかえて地域社会への貢献を充実させる。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域連携を計画的に推進するための専門部署を設置し専門職を配置する。 ■ 地域メディア（ケーブルテレビ局など）とコラボレーションし本学の貢献番組を提供する。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域との連携を強化することにより、地元（地域）貢献度の高い大学としての認知度が向上する。

3. 産学協同体制の構築によるブランド力			
	目的（実施理由等）	実施内容	予測される効果
④ 特別教授制度による先端研究導入	<ul style="list-style-type: none"> 特別教授の任用により、本学の発展及び研究力を強化させる。 	<ul style="list-style-type: none"> 特別教授の実施する先端的研究力を社会に対し積極的に発信する。 	<ul style="list-style-type: none"> 本学の知名度向上と研究力強化に期待が持てる。

4. 創立記念事業によるブランド力			
	目的（実施理由等）	実施内容	予測される効果
① 創立 90 周年記念事業実行委員会の設立と運営	<ul style="list-style-type: none"> 2019 年に本学創立 90 周年を迎える。武蔵工業大学及び東横学園女子短期大学時代からの建学精神を踏まえつつ、次の時代に向かって本学の存在価値をアピールする。 	<ul style="list-style-type: none"> 創立 90 周年記念事業実行委員会を設立し次の事業を行う。（事業内容の一例） <ol style="list-style-type: none"> 地域コミュニティ及び企業への貢献として、理科体験教室、出張広場、Toshi Cafe(都市カフェ)などを主催 また、名物教授によるシンポジウムや講演会を開催 二子玉川ライズ内にサテライト教室（TCU にこたまキャンパス）を開設。一般授業を行うほか、オリンピック時のイベント協力学生の活動場所を提供、更に、エクステンションセンターなどの役目も兼ねる。 インターナショナル学園祭の開催 	<ul style="list-style-type: none"> 90 周年を迎える 2019 年は、オリンピック開催を翌年に控え日本中が活気に満ちている。この盛り上がりに合わせて本学も 90 周年記念を盛大にアピールし認知度をアップさせる。

4. 創立記念事業によるブランド力

	目的（実施理由等）	実施内容	予測される効果
② 創立 100 周年記念事業実行委員会の設立と運営	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2029年に本学創立100周年を迎える。武蔵工業大学及び東横学園女子短期大学時代からの建学の精神を踏まえつつ、次の時代に向かって本学の存在価値をアピールする。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 創立 100 周年記念事業実行委員会を設立し次の事業を行う。（事業内容の一例） 1. 90 周年記念事業で立ち上げた事業を継続する。 2. “Center of TCU”（100 周年記念展示エリア）の設置。本学の歴史的アイテムを展示するエリアを併設する。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 100 周年を迎える 2029 年は、オリンピックが終わり持続可能な社会が成熟した新しい形の大都市“東京”が存在する。本学も「グローバル人材育成の出来る大学」、「国際研究力のある大学」として100周年記念事業を推進することにより、世界からの認知度をアップさせる。
③ 都市大ロゴ／キャッチフレーズ／グッズの作成	<ul style="list-style-type: none"> ■ 90周年及び100周年を迎えるにあたり、それを象徴するための都市大グッズ、ロゴ、キャッチフレーズを作成することにより学内の意思統一を目指し、学外に対しては存在価値をアピールする。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 広報戦略室及び周年記念実行委員会を中心に都市大グッズ、ロゴ、キャッチフレーズ等の企画検討作成を行う。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 都市大グッズ、ロゴ、キャッチフレーズ等の作成により、学内の意思統一が明確になり本学の進むべき方向性が明確になる。また、学外ステークホルダーに対しては、「歴史のある大学であること」と「新たな時代に向けた本学の取り組み」をアピールすることが出来る。

5. 東京オリンピック開催に合わせた“都市”ブランド力の向上戦略

	目的（実施理由等）	実施内容	予測される効果
①東京オリンピックの開催に合わせた東京都市大学としての貢献	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2020年のオリンピック開催に向けて世界が活気に満ち溢れる中、本学も教育面、研究面及び課外活動面からオリンピックにアプローチし、多くの学生が多様な経験が出来るよう環境を整備する。 ■ 本学の英語表記は「TOKYO CITY UNIVERCITY」であり極めて外国人にわかりやすい名称であるので、オリンピック開催に合わせて大学名の知名度向上を目指す。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 各学部（都市生活学部、環境学部等）による教育・研究貢献プログラムの開発。 ■ 学生ボランティアによる協力体制の確立。 ■ 大学名を集中的にアピールするための戦略策定（例えば、オリンピック中継される体育施設（体育館やスタジアム）への看板掲出など）。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ オリンピックによる環境アセスメント（影響評価）や都市インフラ整備に関する研究成果発表を行う。 ■ 学生ボランティアの社会貢献活動による人的成長。 ■ 競技場へ大学名称看板を設置することなどにより全世界に大学名をアピールすることが出来る。
②課外活動の強化（スポーツ）	<ul style="list-style-type: none"> ■ オリンピック出場に向けて日本のスポーツ界のレベルは必然的に向上。本学の体育会団体を一層強化することにより、全国大会への出場やオリンピック選手の輩出を期待する。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 体育会団体の集中強化 全国大会出場団体（個人の場合は選手）の増加、指定強化団体（選手）を増やすための財政的支援。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 全国大会出場による大学名露出度アップが期待される。 ■ オリンピック選手の輩出が期待される。