

第9章 大学におけるガバナンス機能の強化

第1節 ユニバーシティ・アイデンティティ活動の 推進と大学広報

第1項 ユニバーシティ・アイデンティティ活動の推進

2011年度、千葉大学の特徴や個性、そして千葉大学が目指すところを学生・教職員が一体となって認識し、それらを体現するメッセージやシンボルマークを以って社会に向かって発信していくことにより「千葉大学」のブランドイメージを確立していくための基準として、本学のユニバーシティ・アイデンティティ（以下「UI」という。）について統一的に定めるため、理事（企画担当）のもとにプロジェクトチームを設置し、UI活動を推進していくこととした。そして、2013年4月1日に「千葉大学の学章、コミュニケーションマーク及び大学カラーに関する規程」の施行に伴い、本学の学章、コミュニケーションマーク、大学カラーについて必要な事項が規定され、以降、全学的に統一された規格のもとにUI活動を推進している。

当項では、同規程に示された学章、コミュニケーションマーク、大学カラーの成り立ち等について記載する。

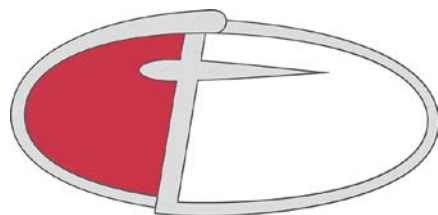
(1) 学章

本学では創立年にあたる1949（昭和24）年に、教職員及び学生が着用する千葉大学バッジが制定された。このバッジのデザインが現在の学章（図1-9-1-1）の原点である。

千葉大学バッジの制定背景については、1969（昭和44）年発行の「千葉大学学報」に以下のとおり記録されている。

「昭和24年、千葉大学が創設されてまもなく、新制千葉大学のバッジの制定を希望する声が学内からおこったため、同年7月に、本学

図1-9-1-1 千葉大学学章



内の教職員、学生から千葉大学バッジの図案を募集することが決定された。(中略) 応募作品は、新制千葉大学および包括諸学校の教職員、学生から次々と寄せられて、総数171点の多数に達した。(中略) 審査を行なった結果、工芸学部講師赤穴宏氏(現在、千葉大学工業短期大学部教授)の図案が1等に入選して、本学の公式のバッジとして採用された。」「千葉大学学報」第352号、1969年)。

バッジのデザインは、Chiba Daigakuの頭文字CとDを組み合わせるとともに、千葉大学の「千」を中央に配して構成されたものである。輪郭は無限の生命力を象徴する植物の種子を象ったものであり、左側部分のガーネット(えんじ色)は情熱を、右側部分の白色は純粋を表現しているとされている。そしてこのデザインは、着用するためのバッジにとどまらず、制定から2年ほど経つころから各種刊行物に印刷されるようになり、シンボルマークとしての役割を果たすようになっていく。

前述のUI活動推進の一環で、長きに渡って通称シンボルマークとして使用されていたこのデザインが、2013(平成25)年に「学章」として正式に制定された。後述のコミュニケーションマークと用途を使い分けながら、今日まで長きに渡って千葉大学のシンボルとして使用されている。

(2) コミュニケーションマーク

千葉大学最初のコミュニケーションマークは、2011年度に策定した「千葉大学における国際化の方針」に基づき、グローバルに対応し国際的に利用できるコミュニケーションマークの必要性の高まりを受け、学内公募を経て2013年に策定された(図1-9-1-2)。このコミュニケーションマークは、千葉大学の頭文字Cと地球をモチーフにすることでグローバルに展開する大学であることを表現しており、当時の学部数が9つであったことからCの部分に9つのマスで構成した。

図1-9-1-2 コミュニケーションマーク(2013～)



その後2016年に、国際教養学部の設置や全部局で世界最高水準の教育研究を行う大学として改革を進めていく本学の姿を象徴する、新たなコミュニケーションマークを策定し、同年4月より使用することとなった(図1-9-1-3)。新たなマークは、シン

ボルとロゴタイプから成る。シンボルは、学生、教員及び職員間、また、これまで蓄積してきた知識と新しい研究との間のコミュニケーションをキーワードとして形作られ、大学の長い歴史とともに歩んできたガーネット色を配した。また、過去の伝統と新たな価値への発展を意味するフォント「Optima」をロゴタイプの基本フォントとして定めている。

図1-9-1-3 コミュニケーションマーク (2016～)



(3) 大学カラー

1949年に制定された千葉大学バッジ（現在の学章）及び1960年に制定された「千葉大学旗」（図1-9-1-4）に配されている色であるガーネット（えんじ色）が、大学のイメージカラーとして長きにわたり各所で使用されてきた。しかし、各種印刷物等における使用状況が多様であったことを受け、1997年6月の評議会で使用についての統一を図るべく、シンボルマークの色調について具体的に定め、周知徹底を図った。その後、UI活動推進方針において、「大学カラー」を確定して学内の統一を図ることとし、2013年の「千葉大学の学章、コミュニケーションマーク及び大学カラーに関する規程」においては「本学の大学カラーは、ガーネット色とする」と正式に規定されている。

図1-9-1-4 学旗



(4) ユニバーシティ・アイデンティティを形成するその他制作物・刊行物

学章やコミュニケーションマーク、大学カラーのみならず、千葉大学で行われる全ての活動が千葉大学のUIを形作っているといえる。そのため、ここに挙げるものは本学のUIを形成するほんの一部でしかないが、いくつか抜粋して紹介したい。

a. 学部基準カラー

千葉大学のUIを確立していく一環として、大学広報誌・ウェブページ・サイン計画等

で使用する学部等の基準カラーを制定し、色彩の統一を図ることで、各学部等のアイデンティティを高めていくことを目的として2015年に定められた(図1-9-1-5)。

なお、2024年度創設の情報・データサイエンス学部の基準カラーはターコイズとされた。

b. 千葉大学マスコット

創立70周年にあたる2019年、学部を置く西千葉・亥鼻・松戸の各キャンパスの形を顔のモチーフとした、うさぎの「ニシ」、かもめの「イノ」、さいの「マツ」の3人組が、当時の徳久剛史学長より千葉大学マスコットに任命された(写真1-9-1-1)。その後2023年、墨田サテライトキャンパスの形をモチーフにしたバクの「スミ」が仲間に加わった(図1-9-1-6)。



写真1-9-1-1
千葉大学マスコットの任命式(2019年4月)

図1-9-1-6 千葉大学マスコット。左から、ニシ(うさぎ)、イノ(かもめ)、マツ(さい)、スミ(バク)

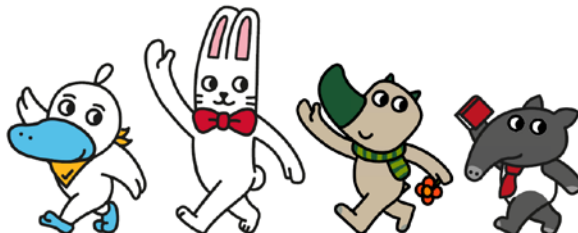


図1-9-1-5
学部基準カラー(制定当時)。すみれ色はその後設置された国際教養学部引き継がれた

Nursing さくら SAKURA	N	看護学部
Pharmaceutical るり RURI	P	薬学部
Hospital[Doctor] うみ UMI	D	附属病院
Medicine そら SORA	M	医学部
Engineering あお AO	T	工学部
Horticulture もり MORI	H	園芸学部
Science みどり MIDORI	S	理学部
Kashiwanoha わかくさ WAKAKUSA	K	柏の葉
Law, Politics & Economics なのはな NANOHANA	A or B	法政経学部
Letters だいだい DAIDAI	L	文学部
Education あか AKA	E	教育学部
General Studies すみれ SUMIRE	G or U	普遍教育 新学部も同色の予定

第2項 千葉大学の広報刊行物・制作物

大学ブランド向上のため、様々な刊行物・グッズ等を通じて千葉大学の取組を多くのステークホルダーに向けて発信している。ここでは、その一例を紹介する。

図1-9-1-7 公式ウェブサイト (左から、2010年、2015年、2022年)



図1-9-1-8 広報誌ちばだいプレス (左から、vol.4 2009年、vol.28 2014年、vol.48 2019年)



図1-9-1-9
パナマ・千葉大学コーヒー (2018年)

