

UI とは何か

UI とは、ユニバーシティ・アイデンティティの略語です。大学のアイデンティティ、つまり大学独自の特徴や理念のことで、学内外にそれを認知させる活動を指します。少子化や情報化などを背景に、大学にも自らの個性を発信していくことが求められるようになり、UI の必要性はますます高まっています。

民間企業では、早くから他社との差別化が企業戦略の要として認識されており、コーポレート・アイデンティティ（CI）の活動を通して自社のアイデンティティを発信してきました。企業は CI を表明することで社会での役割や自身の個性を明確に印象づけ、社会における知名度やイメージを向上させ、それを基盤としてブランドを確立、成長させ、競合他社に対して優位性を確保してきました。

大学もこうした CI の手法を取り入れ、アイデンティティを発信し、学内外のステークホルダーと積極的にコミュニケーションを図り、ブランド力を高める UI 活動の重要性が認識されました。大学の理念や文化は目に見えるものではありません。そこで統一したイメージのシンボルやロゴタイプ、カラー、書体など、目に見える要素であるビジュアル・アイデンティティ（VI）を活用することで、大学が発信する多種多様な情報を一貫したイメージの元に束ねて関連づけ、九州大学のメッセージであることを印象づけます。

UI と部局シンボル

自由な学問の場である大学組織の特徴の一つとして、学部や大学院、研究組織などがそれぞれ自負を持って、長年にわたり独立したアイデンティティを大切にしてきたことが挙げられます。九州大学の部局の多くも伝統的に独自のシンボルやロゴタイプを持ち、それにまつわる意味やストーリーを受け継いできました。

UI の観点からも、各部局が自立的に学問を探究する自由な文化は大学が誇りとするアイデンティティとしてアピールすべきです。九州大学の VI を整備するに当たっては、こうした大学ならではの特徴を尊重しつつ、いかにして大学全体として統一的なイメージを作り出すかが一つの焦点となりました。そこで、九州大学のオリジナルのロゴタイプを統一して使用することで九州大学全体のイメージを打ち出し、シンボルの使い方には柔軟性を持たせるルールとしました。具体的なルールと運用方法については「シンボルロゴと部局等名称との組み合わせ」(3-8) で説明しています。

VI の考え方

UI 活動における学内外への情報発信にビジュアル・アイデンティティ (VI) が役立つことを説明しましたが、これを踏まえて九州大学では特に次の方針にそって UI が策定されました。

- 九州大学の歴史を映し、かつ現代的なイメージを持つ。
- ビジュアル・アイデンティティの要素としてのシンボル、ロゴタイプ、カラー、書体が互いに調和し、かつそれぞれ単独でも九州大学のアイデンティティを表現する。
- 学内の各部局の個性と伝統を生かしつつ、大学としての一貫したアイデンティティをアピールする。