



代表取締役社長 小山政彦

証券コード 9757

東証市場1部、大証市場1部

http://www.funaisoken.co.jp

研究業績か？それとも就職率か？ 国公立大と私立大・短大で経営に意識の差

～ 全国150校 大学ブランドに関するアンケート調査より ～

定員割れの大学が続出する中、大学経営も見直しを迫られております。経営コンサルティングの船井総合研究所では、全国の大学・短期大学計150校に対し「大学ブランドに関するアンケート」を行いました。その結果、国公立大と私立大・短大との間で顕著に表れた「意識格差」について発表いたします。

■ 国立大は「社会還元」を、私立大・短大は「就職対策」を意識している

大学側が認識する「大学のブランドを構成する要素」について21の選択肢の中から回答を求めた(複数回答)結果、国立大、公立大、私立大、短大ともに「卒業生の活躍」「大学の知名度・認知度」「大学の歴史・伝統」の3つが上位を占めた。

ただし4番目以下に挙がる要素では国立大は「研究業績」が筆頭に挙がるのに対し、公立大、私立大、短大では「就職率」が筆頭となり、国立大とそれ以外の大学では、意識している要素の違いが明確化した。

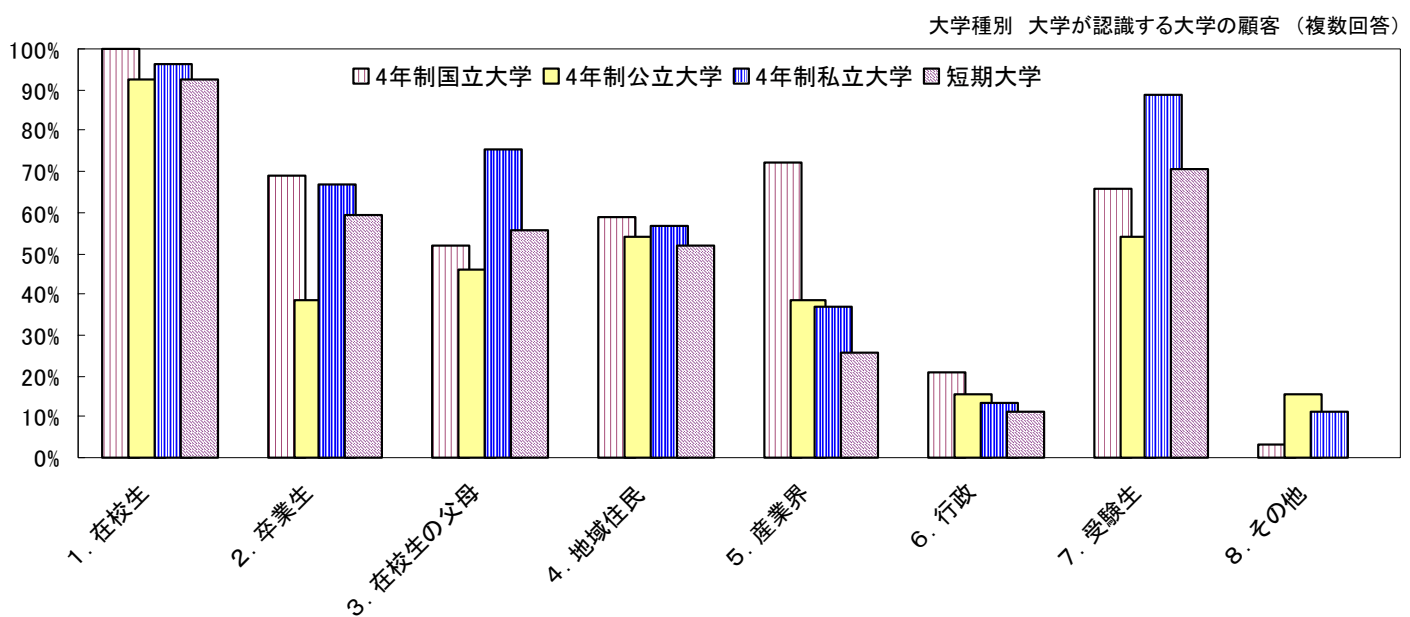
一般的に国公立は「研究業績」「社会貢献」など社会還元に関する要素が上位に挙がっているのに対し、私立大・短大は「就職率」「資格取得」など在校生の実益に関する要素が上位に挙がっている。

	4年制国立大学	ポイント	4年制公立大学	ポイント	4年制私立大学	ポイント	短期大学	ポイント
1位	4. 卒業生の活躍	40.6	4. 卒業生の活躍	15.0	5. 大学の知名度・認知度	113.4	4. 卒業生の活躍	38.0
2位	5. 大学の知名度・認知度	34.8	5. 大学の知名度・認知度	14.4	4. 卒業生の活躍	100.6	5. 大学の知名度・認知度	37.8
3位	1. 大学の歴史・伝統	27.8	1. 大学の歴史・伝統	11.2	1. 大学の歴史・伝統	95.4	1. 大学の歴史・伝統	31.4
4位	15. 研究業績	27.8	18. 就職率	10.8	18. 就職率	68.4	18. 就職率	29.6
5位	16. 社会貢献活動	24.0	15. 研究業績	10.2	13. 偏差値	49.6	17. 資格取得率	19.0
6位	18. 就職率	21.8	2. 著名な教員	9.8	21. 教育カリキュラム	42.4	3. 施設・設備	16.4
7位	2. 著名な教員	14.6	16. 社会貢献活動	9.8	2. 著名な教員	42	16. 社会貢献活動	16.4
8位	9. 大学院がある	12.0	12. 志願者倍率	7.2	12. 志願者倍率	41.4	12. 志願者倍率	14.8
9位	21. 教育カリキュラム	11.2	21. 教育カリキュラム	6.4	16. 社会貢献活動	37.4	21. 教育カリキュラム	14.2
10位	7. 国際性	10.6	13. 偏差値	5.8	3. 施設・設備	36.8	15. 研究業績	13.2
11位	12. 志願者倍率	10.6	22. その他	5.4	15. 研究業績	32.6	13. 偏差値	12.8
12位	19. 国立大である	10.6	7. 国際性	5.0	17. 資格取得率	32.2	2. 著名な教員	12.6
13位	3. 施設・設備	9.4	3. 施設・設備	4.8	11. サービス力	28.2	6. 広告宣伝	7.6
14位	11. サービス力	9.2	7. 資格取得率	3.2	6. 広告宣伝	22.2	20. 情報公開	4.0
15位	10. 医学部がある	7.4	9. 大学院がある	2.4	7. 国際性	21.4	22. その他	2.8
16位	6. 広告宣伝	7.0	11. サービス力	2.2	22. その他	18.4	8. 新設学部・学科	2.6
17位	14. COE獲得数	6.2	6. 広告宣伝	1.4	9. 大学院がある	17.6	11. サービス力	2.2
18位	8. 新設学部・学科	5.6	10. 医学部がある	0.6	8. 新設学部・学科	17.4	7. 国際性	1.2
19位	13. 偏差値	5.6	8. 新設学部・学科	0.0	14. COE獲得数	5.8	19. 国立大である	0.8
20位	17. 資格取得率	5.0	14. COE獲得数	0.0	20. 情報公開	4.4	9. 大学院がある	0.2
21位	20. 情報公開	0.4	19. 国立大である	0.0	19. 国立大である	1.4	10. 医学部がある	0.0
22位	22. その他	0.0	20. 情報公開	0.0	10. 医学部がある	1.2	14. COE獲得数	0.0

■ 産学連携に意欲的なのは私立大よりも国立大

近年、大学においても「顧客」や「ステークホルダー」という考え方が浸透しつつある。そこで、大学側が認識する「大学にとっての顧客」について7つの選択肢の中から回答を求めた(複数回答)ところ、国立大、公立大、私立大、短大ともに「在校生」と答える回答が最も多かった。

選択肢の中で差が生じたのが「産業界」であり、国立大の70%を超える大学が「企業を顧客」として認識している一方、公立大、私立大、短大では「産業界」を顧客と捉える大学は40%に満たず、ここでも国立大とそれ以外の大学の意識の格差が明確化した。



回答頂いた150の大学の内訳

	全体		4年制大学		短期大学	
国立	29	19.3%	29	23.6%	0	0%
公立	17	11.3%	13	10.6%	4	15%
私立	104	69.3%	81	65.9%	23	85%
合計	150		123		27	

「大学ブランドに関するアンケート」集計結果 お問い合わせ先

株式会社船井総合研究所 第八経営支援部 照井
 TEL 03-6212-2933 FAX 06-6212-2947
 E-mail teruih@funaisoken.co.jp

本調査の「結果報告」は下記ウェブサイト
 PDFファイルで置いてあります

<http://www.funaisoken.co.jp/ir/news.html>