

大学ブランドに関するアンケート

結果報告

アンケートのお礼とご挨拶

この度は、株式会社船井総合研究所が実施いたしました「大学ブランドに関するアンケート」にご協力を賜り、誠にありがとうございました。

アンケートに先立ちまして、大学及び短期大学計1,040校にご協力のご依頼を申し上げました。結果、約15日間という短い期間に150校を超える大学・短期大学各位(回答率約15%、回答校の内訳は回答編P5にて)から回答を頂くことができました。また、締切日以降も、多くの大学からお問い合わせがございました。今回の調査により、大学・短期大学における「大学ブランド」に対する意識の高さを改めて実感させていただくこととなりました。

私どもはこう考えます。大学のブランドは「大学の歴史であり、伝統である」と。

大学の歴史・伝統は、決して設立からの年月にのみ因るものではありません。確かに、民間企業や製品のブランドとは違い、短期間で形成されるものではありません。大学のブランドが貴校の顧客に認識される迄には、短くて5年、定着まで15～20年という長い年月が必要です。しかし、その年月は、「大学が何年間存在したという長さ」ではなく、『大学が自らの意思と想いで創りあげた“目に見える”“形のある”歴史』なのです。この想い、歴史が一貫性をもって継続されることで、大学の『伝統』が形成され、ブランドへと転換するのです。

ブランドとは顧客に対する「信頼」です。一度形成されたブランドは、顧客との信頼関係の維持・構築によってのみ保持し続けることが可能です。

本調査からも、多くの大学・短期大学でブランドの創造や、維持のための取組みを行なっていることがわかります。是非とも、各大学“独自のブランド”を形成し、顧客とのより良い関係の構築と日本の大学の質、学生の質の向上に取り組んでいただきたいと思います。

私どもはそのような想いで、大学・短期大学各位のサポートをこれからも続けて参りたいと考えております。お忙しい中、アンケートにご協力を賜りましたことを、心より感謝申し上げます。

大学・短期大学各位のご発展とご永続をお祈り申し上げます。

株式会社船井総合研究所
第八経営支援部

回答大学基本情報

1. 貴校が設立された年は西暦何年ですか？ 【西暦 年】
2. 貴校の在校生徒数は何名ですか？ 【学部 名 / 院生 名】
3. 教員数は何名ですか？ 【常勤 名 / 非常勤 名】
4. 職員数は何名ですか？ 【常勤 名 / 非常勤 名】

現状認識・意識調査

5. 貴校にとっての顧客とは誰ですか？当てはまるものに○をお付け下さい。
- (1) 在校生
 - (2) 卒業生
 - (3) 在校生父母
 - (4) 地域住民
 - (5) 産業界
 - (6) 行政
 - (7) 受験生
 - (8) その他 []
6. 貴校は、理念の実現に向けてどのような項目を重視していますか？当てはまるものに○を、特に重要だと思うものに◎をお付け下さい。
- (1) 特色ある教育
 - (2) 顧客満足度の向上
 - (3) 社会的課題の解決
 - (4) 情報開示
 - (5) 地域貢献
 - (6) その他 []
7. 大学のブランドは、学生が志望校を決定する上で重要だと思いますか？ 【 はい ・ いいえ 】

大学ブランドに関する取組みの調査

11. 貴校ではブランド力を管理・向上させる取組みをしていますか？ 【 はい ・ いいえ 】

12-1. 11. で「はい」と答えた方に伺います。

取組みはどのような構成員で行なわれていますか？

【取組みのトップの役職名は _____ (専任 ・ 兼任) / 構成員 … 教員 名 ・ 職員 名 】

12-2. それはどのような取組みですか？当てはまるものに○をお付け下さい。

- (1) 理念の共有化
- (2) 学内モラルの共有
- (3) 学外への一貫したメッセージの発信
- (4) 顧客動向調査
- (5) 教育・研究力の向上
- (6) ※ミスにより選択肢なし
- (7) 広告宣伝活動
- (8) 就職支援活動
- (9) 資格取得支援活動
- (10)他大学の調査
- (11)海外との連携
- (12)積極的な教員の採用
- (13)新設学部。学科の設立
- (14)情報公開
- (15)その他 [_____]

12-3. 取組み結果をどのように評価されていますか？

【 _____ 】

13. 11. で「いいえ」と答えた方に伺います。今後、貴校ではブランド力の向上に取り組む予定ですか？

当てはまるものに○をお付け下さい。

【 取り組む予定が既にある / 検討中である / 取り組む予定はない / わからない 】

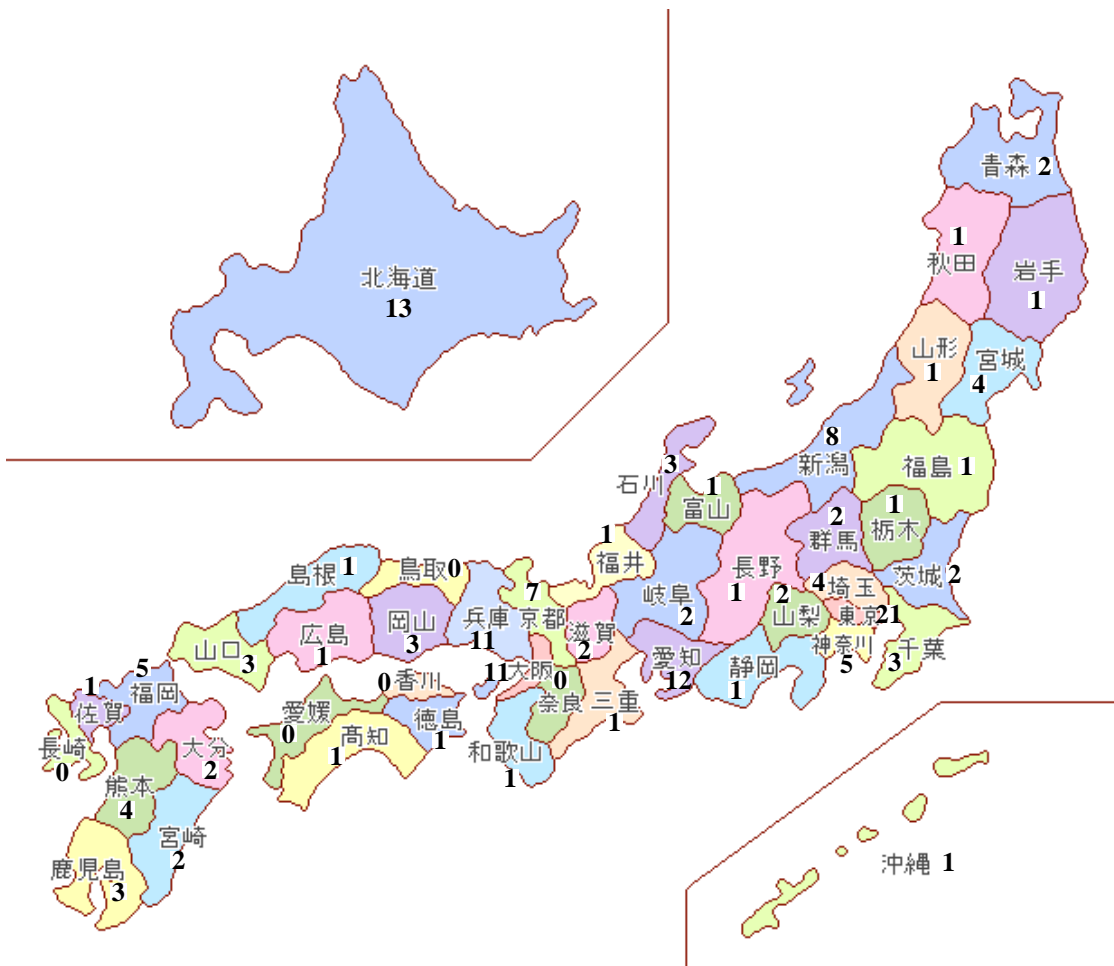
以上

回答数

合計150大学から回答を頂きました。内訳は、4年制大学123校(国立大学29校、公立大学13校、私立大学81校)、短期大学27校(公立大学4校、私立大学23校)です。都道府県別回答数は、図1に示します。

表1. 回答頂いた大学の内訳

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



※以下、アンケートの集計は主に大学種別に行なう。大学種とは、4年制大学(全体)、短期大学、4年制国立大学、4年制公立大学、4年制私立大学とする。

回答大学基本情報

1. 貴校が設立された年は西暦何年ですか？

設立	4年制国立大学		4年制公立大学		4年制私立大学		短期大学	
～1960	24	82.8%	5	38.5%	29	35.8%	12	44.4%
1961～1975	2	6.9%	0	0.0%	24	29.6%	10	37.0%
1976～1991	2	6.9%	0	0.0%	10	12.3%	3	11.1%
1992～	1	3.4%	8	61.5%	18	22.2%	2	7.4%
合計	29		13		81		27	

2. 貴校の在校生徒数は何名ですか？

表2-1. 大学種別 学部生数比率

学部生数	4年制大学全体		(4年制国立大学)		(4年制公立大学)		(4年制私立大学)		短期大学	
～500	9	7.3%	0	0.0%	1	7.7%	8	9.9%	17	63.0%
501～1,000	15	12.2%	1	3.4%	4	30.8%	10	12.3%	7	25.9%
1,001～2,000	24	19.5%	3	10.3%	3	23.1%	18	22.2%	3	11.1%
2,001～4,000	24	19.5%	5	17.2%	2	15.4%	17	21.0%	0	0.0%
4,001～6,000	17	13.8%	6	20.7%	1	7.7%	10	12.3%	0	0.0%
6,001～8,000	10	8.1%	3	10.3%	1	7.7%	6	7.4%	0	0.0%
8,001～10,000	10	8.1%	5	17.2%	1	7.7%	4	4.9%	0	0.0%
10,001～	14	11.4%	6	20.7%	0	0.0%	8	9.9%	0	0.0%

表2-2. 大学種別 院生数比率

院生数	4年制大学全体		(4年制国立大学)		(4年制公立大学)		(4年制私立大学)	
0	23	18.7%	1	3.4%	2	15.4%	20	24.7%
1～100	38	30.9%	2	6.9%	5	38.5%	31	38.3%
101～500	31	25.2%	5	17.2%	4	30.8%	22	27.2%
501～1,000	11	8.9%	5	17.2%	1	7.7%	5	6.2%
1,001～3,000	15	12.2%	11	37.9%	1	7.7%	3	3.7%
3,001～5,000	4	3.3%	4	13.8%	0	0.0%	0	0.0%
5,001～	1	0.8%	1	3.4%	0	0.0%	0	0.0%

図2-1. 4年制大学 学部生数比率

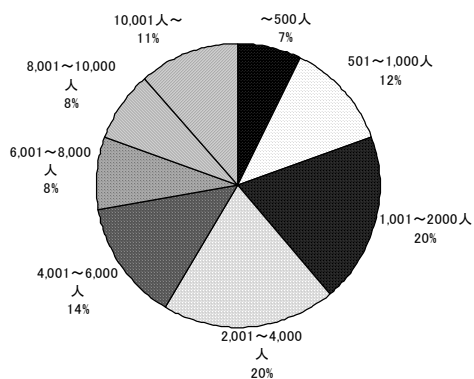
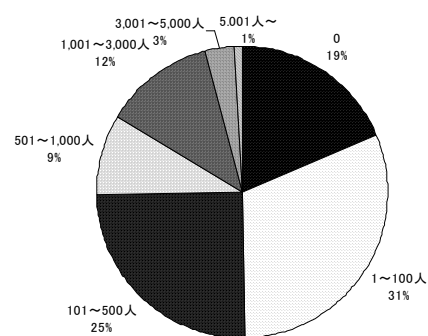


図2-2. 4年制大学 院生数比率



3. 教員数は何名ですか？

表3. 大学種別 常勤教員一人当たり学生数比率及び平均値・最大値

常勤教員1人当たり学生数	4年制大学全体		(4年制国立大学)		(4年制公立大学)		(4年制私立大学)		短期大学	
～10人	23	15.3%	9	31.0%	3	23.1%	5	6.3%	6	22.2%
11～20人	57	38.0%	18	62.1%	6	46.2%	21	26.3%	12	44.4%
21～30人	33	22.0%	1	3.4%	2	15.4%	24	30.0%	6	22.2%
31～40人	29	19.3%	1	3.4%	0	0.0%	25	31.3%	3	11.1%
40人～	8	5.3%	0	0.0%	2	15.4%	6	7.5%	0	0.0%
平均値(人)	18.1		12.6		16.2		25.9		17.7	
最大値(人)	55		32.5		40.4		55		37.9	

4. 職員数は何名ですか？

表4. 大学種別 常勤職員対非常勤職員比率(常勤職員を1とする)および常勤職員一人当たり学生数平均

	4年制国立大学		4年制公立大学		4年制私立大学		短期大学	
	校数	率(%)	校数	率(%)	校数	率(%)	校数	率(%)
非常勤職員無	4	13.8%	3	23.1%	23	28.8%	7	28.0%
～0.5	9	31.0%	5	38.5%	36	45.0%	12	48.0%
0.5～1.0	13	44.8%	2	15.4%	14	17.5%	4	16.0%
1.0～1.5	2	6.9%	3	23.1%	4	5.0%	2	8.0%
1.5～2.0	1	3.4%	0	0.0%	2	2.5%	0	0.0%
2.0～	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%	0	0.0%
平均値	0.57		0.53		0.38		0.29	
常勤職員一人当たり 学生数平均	17.1		34.4		42.3		33.2	

※私立大学1校、短期大学2校に関しては職員数の欄が未記入につき、集計から除外しております。

図3. 大学種別 常勤教員一人当たり学生数における大学別比率

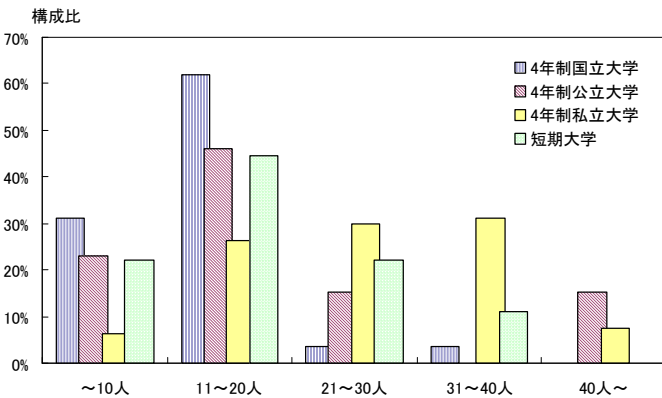
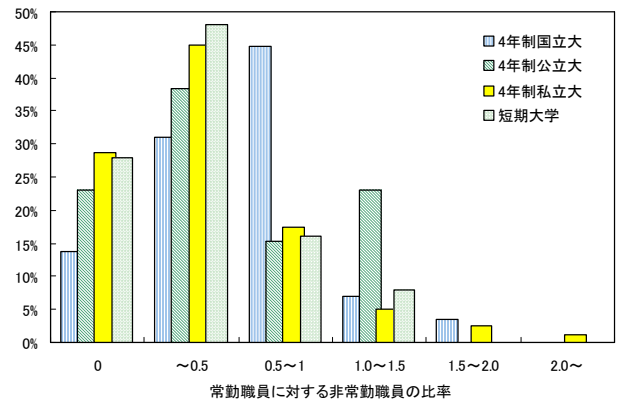


図4. 大学種別 常勤職員対非常勤職員比率(常勤職員を1とする)



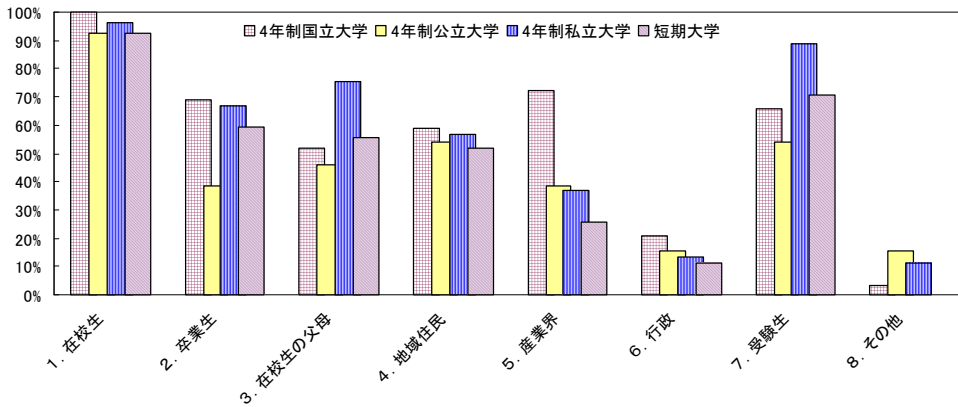
現状認識・意識調査

5. 貴校にとっての顧客とは誰ですか？（複数回答可）

表5. 大学種別 大学が認識する「大学の顧客」

大学の顧客とは	4年制大学全体		（4年制国立大学）		（4年制公立大学）		（4年制私立大学）		短期大学	
1. 在校生	119	96.7%	29	100.0%	12	92.3%	78	96.3%	25	92.6%
2. 卒業生	79	64.2%	20	69.0%	5	38.5%	54	66.7%	16	59.3%
3. 在校生の父母	82	66.7%	15	51.7%	6	46.2%	61	75.3%	15	55.6%
4. 地域住民	70	56.9%	17	58.6%	7	53.8%	46	56.8%	14	51.9%
5. 産業界	56	45.5%	21	72.4%	5	38.5%	30	37.0%	7	25.9%
6. 行政	19	15.4%	6	20.7%	2	15.4%	11	13.6%	3	11.1%
7. 受験生	98	79.7%	19	65.5%	7	53.8%	72	88.9%	19	70.4%
8. その他	12	9.8%	1	3.4%	2	15.4%	9	11.1%	0	0.0%

（回答大学数）



<8. その他>の回答例

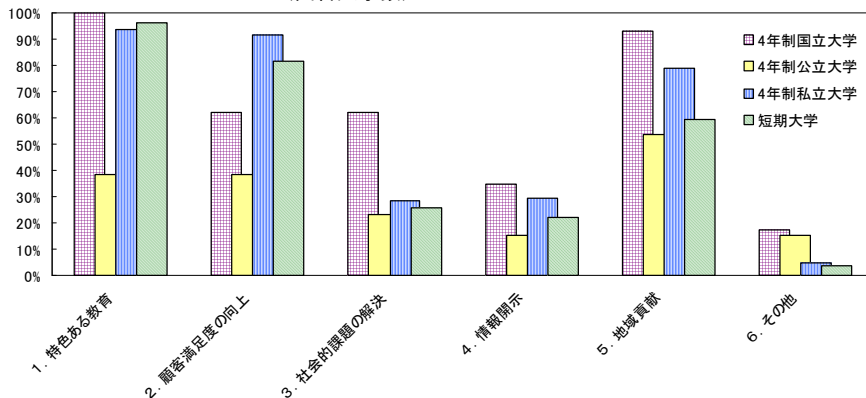
- ・医療関係者
- ・設置者
- ・高等学校、高校教員
- ・受験生の父兄、保護者
- ・継続学習希望者(社会人)
- ・マスコミ
- ・大阪府民
- ・関係業者
- ・ステークホルダー
- ・取引業者

6. 貴校は、理念の実現に向けてどのような項目を重視していますか？（複数回答可）

表6-1. 大学種別 理念の実現のために重視している項目

	4年制大学全体		（4年制国立大学）		（4年制公立大学）		（4年制私立大学）		短期大学	
1. 特色ある教育	110	89.4%	29	100.0%	5	38.5%	76	93.8%	26	96.3%
2. 顧客満足度の向上	97	78.9%	18	62.1%	5	38.5%	74	91.4%	22	81.5%
3. 社会的課題の解決	44	35.8%	18	62.1%	3	23.1%	23	28.4%	7	25.9%
4. 情報開示	36	29.3%	10	34.5%	2	15.4%	24	29.6%	6	22.2%
5. 地域貢献	98	79.7%	27	93.1%	7	53.8%	64	79.0%	16	59.3%
6. その他	11	8.9%	5	17.2%	2	15.4%	4	4.9%	1	3.7%

（回答大学数）



<8. その他>の回答例

- ・研究、教育
- ・科学技術貢献
- ・財務の安定
- ・情報(意見、要望等)の受入
- ・特色ある研究
- ・国際交流、貢献
- ・先端技術の研究
- ・大学の理念等の浸透を学内で積極的に図ること
- ・建学の精神の実現

表6-2. 大学種別 理念の実現のために『特に』重視している項目 ※1校1項目回答

	4年制大学全体		(4年制国立大学)		(4年制公立大学)		(4年制私立大学)		短期大学	
1. 特色ある教育	47	50.5%	8	38.1%	5	50.0%	34	54.8%	10	58.8%
2. 顧客満足度の向上	38	40.9%	10	47.6%	2	20.0%	26	41.9%	6	35.3%
3. 社会的課題の解決	4	4.3%	1	4.8%	1	10.0%	2	3.2%	0	0.0%
4. 情報開示	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
5. 地域貢献	4	4.3%	2	9.5%	2	20.0%	0	0.0%	1	5.9%
6. その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

(回答大学数)

7. 大学のブランドは、学生が志望校を決定する上で重要だと思いますか？

《有効回答 147大学》

【はい】 145

【いいえ】 2 (内訳)4年制大学 1、短期大学 1)

大学ブランドに関する意識調査

8. 大学のブランドを構成する要素は何ですか？(最大10個まで回答可能)

	4年制国立大学		4年制公立大学		4年制私立大学		短期大学	
	ポイント		ポイント		ポイント		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	17. 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

<8. その他>の回答例

- ・学生満足度(教育内容)・公立大学・社会貢献・第三者評価・教育理念に基づく教育・教育方針
- ・少人数教育による教育・信頼関係・特色ある教育組織・社会的有効技術
- ・4年制大学への編入合格者数(短期大学による回答)

10. ブランドがもたらす具体的な効果は何ですか？(複数回答可)

表10. 大学種別 理念の実現のために『特に』重視している項目 ※1校1項目回答

	4年制大学		(4年制国立大学)		(4年制公立大学)		(4年制私立大学)		短期大学	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
1. 受験生が集まる	116	94.3%	25	86.2%	12	92.3%	79	97.5%	25	92.6%
2. 卒業生の就職に有利	84	68.3%	20	69.0%	11	84.6%	53	65.4%	22	81.5%
3. 広告宣伝費の削減	17	13.8%	5	17.2%	1	7.7%	11	13.6%	2	7.4%
4. 優秀な教員の獲得	57	46.3%	18	62.1%	8	61.5%	31	38.3%	6	22.2%
5. 大学の拡張	13	10.6%	0	0.0%	0	0.0%	13	16.0%	1	3.7%
6. その他	7	5.7%	1	3.4%	0	0.0%	6	7.4%	0	0.0%

(回答大学数)

<10. その他>の回答例

- ・意識の高い受験生が集まる ・社会的な認知 ・地域、社会に頼られる、協力を得られる
- ・質の高い学生が入学する ・学生や卒業生、教職員の自信につながる
- ・その大学の理念(校風)に沿った学生を募集しやすい ・社会の共感が得られる
- ・教職員の勤労意欲や意識向上につながる

大学ブランドに関する取組みの調査

11. 貴校ではブランド力を管理・向上させる取組みをしていますか？

	4年制大学		短期大学	
	件数	割合	件数	割合
している	88	71.5%	14	51.9%
していない	34	27.6%	13	48.1%

12-1. 取組みはどのような構成員で行なわれていますか？(11. で「はい」と答えた方)

表12-1. 取組みトップの役職名

《有効回答88校》

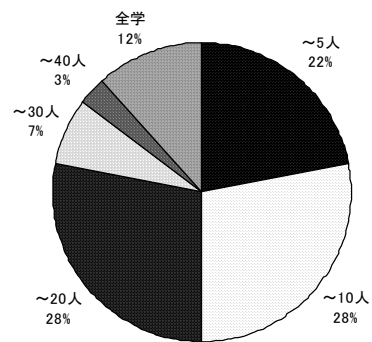
役職名	回答校数	割合
学長	38	43.2%
理事	12	13.6%
理事長	8	9.1%
室長	7	8.0%
学長補佐	3	3.4%
委員長	3	3.4%
学科長	2	2.3%
副学長	2	2.3%
学長・理事長	2	2.3%
学部長	1	1.1%
その他	10	11.4%

表12-2. 取組みの構成員数の比率

《有効回答72校》

構成員数	件数	大学数	割合
1~5	15	20.8%	
~10	19	26.4%	
~20	19	26.4%	
~30	5	6.9%	
~40	2	2.8%	
全学	12	16.7%	

表12. ブランド維持管理の取組みにおける構成員数



<その他>の回答

- ・理事長補佐 ・副事務部長 ・顧問
- ・法人企画部 ・学長・学部長 ・理事・室長
- ・理事・副学長 ・理事長・学長・学科長
- ・学長・副学長 ・学長補佐・事務長
- ・副学長・事務局長

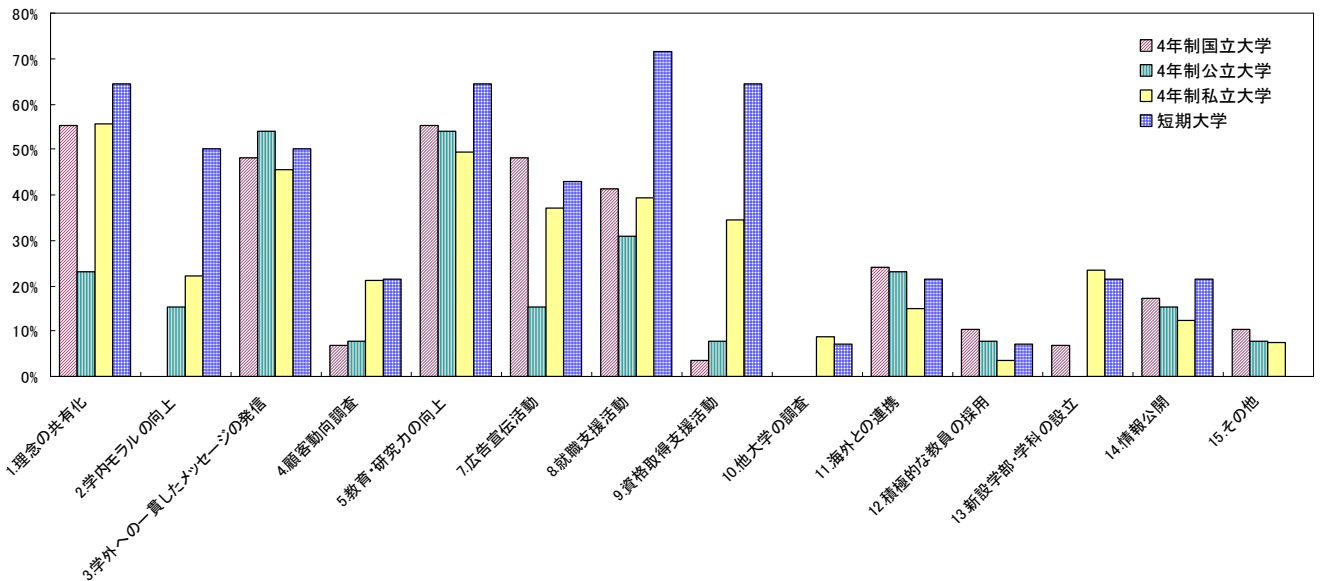
12-2. それほどのような取組みですか？(複数回答可)

	4年制大学全体		(4年制国立大学)		(4年制公立大学)		(4年制私立大学)		短期大学	
1.理念の共有化	64	72.7%	16	55.2%	3	23.1%	45	55.6%	9	64.3%
2.学内モラルの向上	20	22.7%	0	0.0%	2	15.4%	18	22.2%	7	50.0%
3.学外への一貫したメッセージの発信	58	65.9%	14	48.3%	7	53.8%	37	45.7%	7	50.0%
4.顧客動向調査	20	22.7%	2	6.9%	1	7.7%	17	21.0%	3	21.4%
5.教育・研究力の向上	63	71.6%	16	55.2%	7	53.8%	40	49.4%	9	64.3%
7.広告宣伝活動	46	52.3%	14	48.3%	2	15.4%	30	37.0%	6	42.9%
8.就職支援活動	48	54.5%	12	41.4%	4	30.8%	32	39.5%	10	71.4%
9.資格取得支援活動	30	34.1%	1	3.4%	1	7.7%	28	34.6%	9	64.3%
10.他大学の調査	7	8.0%	0	0.0%	0	0.0%	7	8.6%	1	7.1%
11.海外との連携	22	25.0%	7	24.1%	3	23.1%	12	14.8%	3	21.4%
12.積極的な教員の採用	6	6.8%	3	10.3%	1	7.7%	3	3.7%	1	7.1%
13.新設学部・学科の設立	21	23.9%	2	6.9%	0	0.0%	19	23.5%	3	21.4%
14.情報公開	15	17.0%	5	17.2%	2	15.4%	10	12.3%	3	21.4%
15.その他	9	10.2%	3	10.3%	1	7.7%	6	7.4%	0	0.0%

(回答大学数)

<15. その他>の回答例

- ・大学グッズの企画 ・大学間連携 ・高大連帯 ・教育研修に関するすべての業務
- ・学外への教職員派遣(各種講師等) ・地域貢献活動の報酬的推進 ・第三者評価
- ・教育サービスの向上 ・時代を先取りした学部、学科の改組 ・独自カリキュラムの開発、宣伝
- ・社会への貢献活動 ・四大化(短期大学による回答)

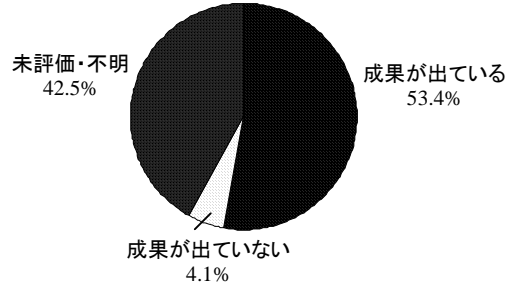


12-3. 取組み結果をどのように評価されていますか？

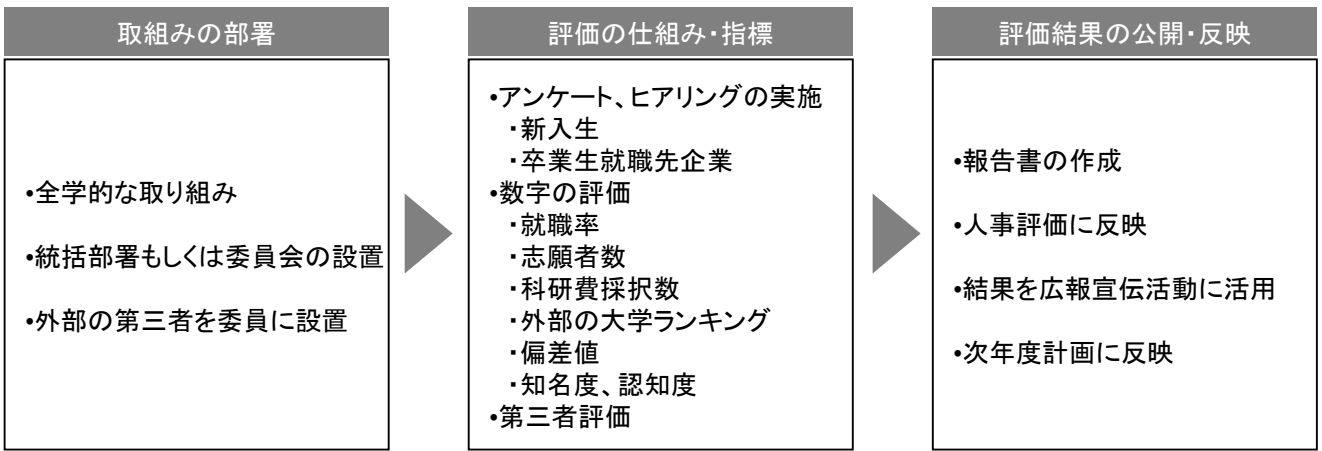
表12-3. 取組み結果の評価 《有効回答73校》

取組み結果の評価	校数	
成果が出ている	39	53.4%
成果が出ていない、途上である	4	4.1%
未評価、不明である	31	42.5%

図12-3. 取組み結果の評価



取組みと評価の仕組み



<回答例> 取組みの評価の状況について ※一部抜粋

- 大学広報室を設置して組織的な取り組みを行なっている
- 活力ある大学への一助となっている
- 教員の社会貢献活動は法人、大学の人事評価の大きなウェイトを占める
- 学部、研究所とも実績は上がっていると思い、今後は情報、宣伝活動に力を入れる
- 中、長期的経営計画を着実に実現している
- 新入生へのアンケート調査、広報資料効果測定(ヒアリング)を行なっている
- 検討会、委員会が設置されたばかりで評価すべきデータが少ない
- 自己点検、評価の際や次年度広報計画検討の際、統括している
- 高い就職率を実現している
- 本学が目指すべき具体的なイメージのもと基本方針をまとめ、現在学内全体で取り組んでいる
- 受験生の増加につながっている
- 学内では自己評価委員会など、さらに学外の大学基準協会よりの認定
- 志願者の動向等を見る限り、必ずしも取り組みの効果が出ているとはいえない
- 科研費採択件数を評価している
- 大学における産学連携部局およびTLO等に対する産学界からの評価を利用している
- 就職率が高く、特色ある研究を推進し、日本海側の大学として存在感があり、地域貢献となっている
- 時代に即応した教育環境づくりが進化する大学として評価を得ている
- 入学時の学生のレベルに比し、効果大
- 地域社会からの信頼を得ている
- 毎年自己点検評価委員会で評価し、評価報告書にまとめている
- 全国の短大合格難易ランキングで各科ともトップクラス
- 短期大学機関認定評価を受審し、高い評価を獲得
- 大学理念の共有化で戦略の方向性が得られている
- 大学の知名度、認知度、受験者数の向上に役立っている

13. 今後、貴校ではブランド力の向上に取り組む予定ですか？（11. で「いいえ」と答えた学校）

	4年制大学		国立		公立		私立		短期大学	
取り組み予定が既にある	4	11.8%	1	16.7%	0	0.0%	3	12.5%	1	7.7%
検討中	22	64.7%	3	50.0%	4	100.0%	15	62.5%	6	46.2%
取り組まない	4	11.8%	1	16.7%	0	0.0%	3	12.5%	1	7.7%
分からない	4	11.8%	1	16.7%	0	0.0%	3	12.5%	5	38.5%

（回答大学数）

学長・総長各位

平成 18 年 6 月 吉日



第八経営支援部 照井宏子

住所 東京都千代田区丸の内 1-6-6

電話 03(6212)2933 (直通)

Fax 03(6212)2947

E-mail teruih@funaisoken.co.jp

<http://www.funaisoken.co.jp/>

「大学ブランドに関するアンケート」への協力のご依頼

拝啓 時下ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

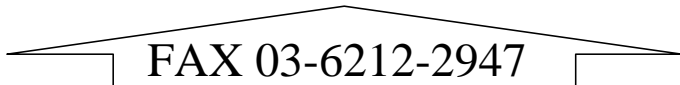
突然のご連絡をさせていただきまして、誠に恐縮でございます。

弊社(株)船井総合研究所は、近年激化する少子化や各種制度改正に伴ない増大している大学経営の課題に対して、助言及び有用な情報の提供を目的とし、調査・研究を進めております。具体的には、弊社が企業の経営支援において培ったマーケティングノウハウを基に、大学における『ブランド力(大学力)評価モデル』の構築を進めてまいりました。

そこで、この度大学の**ブランドに対する意識並びに取組みの現状**を調査すべく、全国の大学・短期大学学長・総長各位に**アンケートのご協力**を頂いております。**ご協力いただきました大学・短期大学各位に対しましては、取りまとめた資料をご送付**申し上げます。

アンケートは 15 問、5～10 分程度のものとなっております。ご多忙中誠に恐縮ではございますが、ご協力をいただけますよう何卒宜しくお願い申し上げます。尚、アンケートのご記入がお済みになりましたら、お手数ではございますがアンケート用紙上部にございます番号まで FAX をいただけます様重ねてお願い申し上げます。

敬具



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

※アンケートのご記入がお済みになりましたら、FAXくださいますようお願い申し上げます。

学長・総長各位 『大学ブランド』に関するアンケート 締切6月末日

この度は、突然の調査・アンケート依頼に対して快く協力頂き、誠にありがとうございます。日々ご多忙とは存じますが、何卒忌憚のない御意見をお寄せくださいますようお願い申し上げます。ご協力いただきました大学各位に対しましては、アンケートの集計が終わり次第、取りまとめた結果をご郵送申し上げます。

1. 貴校が設立された年は西暦何年ですか？ 【西暦 年】
2. 貴校の在学学生徒数は何名ですか？ 【学部 名 / 院生 名】
3. 教員数は何名ですか？ 【常勤 名 / 非常勤 名】
4. 職員数は何名ですか？ 【常勤 名 / 非常勤 名】
5. 貴校にとっての顧客とは誰ですか？当てはまるものに○をお付け下さい。
 (1)在校生 (2)卒業生 (3)在校生の父母 (4)地域住民 (5)産業界 (6)行政 (7)受験生 (8)その他[]
6. 貴校は、理念の実現に向けてどのような項目を重視していますか？当てはまるものに○を、最も重要だと思うものには◎をおつけください。
 (1)特色ある教育 (2)顧客満足度の向上 (3)社会的課題の解決 (4)情報開示 (5)地域貢献 (6)その他[]
7. 大学のブランドは、学生が志望校を決定する上で重要だと思いますか？ 【 はい ・ いいえ 】
8. 大学のブランドを構成する要素は次のどれですか？ブランドの構成要素だと思うものを下記から選んで、重要だと思う順にお書き下さい（最大10個）。特に重要だと思うものには○をお付け下さい(複数可)。

- (1)大学の歴史・伝統 (2)著名な教員 (3)施設・設備 (4)卒業生の活躍 (5)大学の知名度・認知度 (6)HP・パンフレット等広告宣伝 (7)国際性 (8)新設学部・学科 (9)大学院がある (10)医学部がある (11)サービス力 (12)志願者倍率 (13)偏差値 (14)COE獲得数 (15)研究業績 (16)社会貢献活動 (17)資格取得率 (18)就職率 (19)国立大である (20)情報公開 (21)カリキュラム (22)その他[]

／ ／ ／ ／ ／ ／ ／ ／ ／ ／

最も重要

9. 貴校のブランドを構成している要素は上記の選択肢のうちどれですか？該当するものをお書き下さい。
 【 】
10. ブランドがもたらす具体的な効果は次のどれですか？当てはまるものに○をお付け下さい。
 (1)より多くの受験生が集まる (2)就職に有利に働く (3)広告宣伝費を削減できる (4)優秀な教員が集まる (5)大学の拡張に有利 (6)その他[]
11. 貴校ではブランド力を管理・向上させる取組みをしていますか？ 【 はい ・ いいえ 】
- 12-1. 11で「はい」と答えた方に伺います。取組みはどのような構成員で行なわれていますか？また、トップは専任ですか、兼任ですか？
 【 取り組みのトップの役職名は _____ / 専任・兼任 / 構成員… 教員 名・職員 名 】
- 12-2. それはどのような取組みですか？当てはまるものに○をお付け下さい。
 (1)理念の共有化 (2)学内モラルの向上 (3)学外への一貫したメッセージの発信 (4)顧客動向調査 (5)教育・研究力の向上 (7)広告宣伝活動 (8)就職支援活動 (9)資格取得支援活動 (10)他大学の調査 (11)海外との連携 (12)積極的な教員の採用 (13)新設学部・学科の設立 (14)情報公開 (15)その他[]
- 12-3. 取組み結果はどのように評価されていますか？
 【 】
13. 11で「いいえ」と答えた方に伺います。今後、貴校ではブランド力の向上に取り組む予定ですか？
 【 取り組む予定が既にある / 検討中である / 取り組む予定はない / わからない 】

※ご協力頂き、誠にありがとうございました。最後に貴校名の記載をお願いいたします。 貴校名 _____ 大学 _____

大学ブランドに関するアンケート結果報告

この度は、株式会社船井総合研究所『大学ブランドに関するアンケート』にご協力いただきまして、誠に有り難うございました。

本結果報告に関するお問い合わせは、下記連絡先までお願い致します。

株式会社船井総合研究所

第八経営支援部

照井 宏子（てるい ひろこ）

戸澤 良親（とざわ よしちか）

TEL:03-6212-2933(直) / FAX:03-6212-2947

皆様のますますの発展を心よりお祈り申し上げます。

発行責任者 照井 宏子

発行所

株式会社 船井総合研究所

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6 日本生命丸の内ビル21階

TEL 03-6212-2921 (代)

FAX 03-6212-2947

平成18年7月21日発行

印刷・製本／株式会社船井総合研究所

(無断転写厳禁)