

教育改革をテーマとした大学の広報活動の有効性

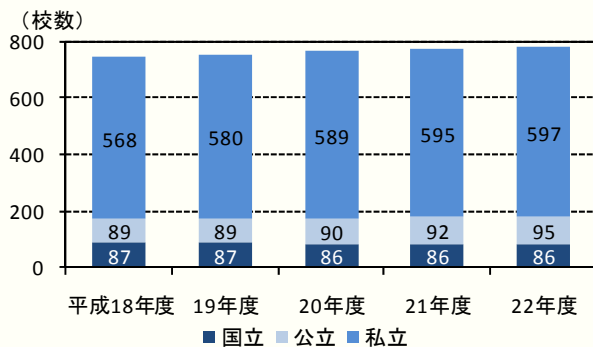
株式会社 野村総合研究所 公共経営戦略コンサルティング部
副主任コンサルタント 望月 洋佑

1. 大学が改革を進める背景

大学の経営が厳しいという話が聞かれるようになって久しい。大きな要因として、少子化の進展に加えて、大学・学部の数が増加していることが挙げられる。現在、約 800 の大学があり、新学部を設立する例もあるため、大学の学生定員数は増加している。大学への進学率は約 50% で頭打ちの状態が続いており、大学にとっては学生確保が難しい状況にある。

その結果、ほぼすべての大学において、「大学改革」による大学の経営の安定化が喫緊の課題となっている。

図表 1 大学数の推移



出所) 文部科学省「学校基本調査(平成 22 年度)」より作成

2. 大学選びの情報入手経路

「大学改革」には、大学の経営改革と教育

カリキュラム改革、研究システム改革がある(ただし、現状では研究改革はあまり大きく取り上げられていない)。そのうち、受験生と保護者が大きな関心を持つのは、教育カリキュラムに関する改革によって、どういった教育が受けられるかという点であろう。

受験生や保護者が教育カリキュラム改革とその成果を知る機会、インターネットや説明会、オープンキャンパスが一般的である。こういった情報の入手方法は、自分からその大学にアクセスし情報を手に入れるものであり、能動的な方法と言える。

一方、雑誌記事や新聞報道で、大学改革の内容や大学の現状が取り上げられることも少なくない。雑誌記事や新聞報道は、受験生や保護者が受動的に情報を入手するための重要なツールとなっている。能動的に情報を収集する場合と異なり、受動的な情報の入手は、受験生や保護者が詳しく知らない大学について知ってもらうためには効果的である。全国に約 800 の大学がある中で、特定の大学をいかに売り込んでいくかは、受験生の獲得という一種のマーケティングとしての課題であり、雑誌記事や新聞報道は大学にとって非常に重要な広報ツールではないだろうか。

大学改革を大きな記事として取り上げる媒体としては、「ビジネス誌」*1 と呼ばれる雑誌カテゴリが挙げられる。ビジネス誌の多くは年に 1 度以上の頻度で「大学特集」を組んでおり、大学の経営改革、教育カリキュラム改

*1 本論考では、週刊日経ビジネス(日経 BP 社)、週刊ダイヤモンド(ダイヤモンド社)、週刊東洋経済(東洋経済新報社)、エコノミスト(毎日新聞社)を取り上げている。

革の進展に加えて、財務状況、就職状況等を幅広く取り上げている。ここ数年、これら雑誌の特集に取り上げられる大学は固定化する傾向が見られる。取り上げられる大学にとっては、固定化が進むと、他の大学との差別化となり、受験生の獲得にも有効である。

この点は新聞についても同様である。新聞では長文で大学の教育カリキュラム等を紹介する記事が掲載されるのではなく、一つのニュースとして大学名が出るパターンが多い。大学名が出るだけという形態であっても、知名度を上げるという目的には有効と考えられる。

大学は、今後こういった広報活動を重視すべき時期に来ているのではないだろうか。本稿では、大学における教育カリキュラム改革をテーマとした広報活動を実施し、知名度の上昇や学生募集に成功していると思われる事例について分析し、その有効性を検討する。

3. 数多く取り上げられる3大学

ビジネス誌の大学特集において、大学における教育に関する改革がよく取り上げられる大学は、「国際教養大学(公立大学法人)」、「金沢工業大学(私立)」、「立命館アジア太平洋大学(私立)」の3大学である(以下、3大学と呼ぶ)。

金沢工業大学では、充実したシラバス^{*2}や補習システム、就職支援の仕組みが改革の成果として数多く取り上げられている。国際教

養大学、立命館アジア太平洋大学では、英語を重視した教育カリキュラム開発が取り上げられている。3大学とも、教育カリキュラムが就職実績につながっていると考えられ、就職先の企業からの評価は高い。

実績を図表2に示すが、近年では多くの記事でこの3大学が取り上げられている。これは教育改革が顧客である受験生と保護者に訴求している結果と考えられ、教育カリキュラム改革とその広報活動が成功していると言えるのではないだろうか。(以下、本稿の図表中では、国際教養大学をAIU、金沢工業大学をKIT、立命館アジア太平洋大学をAPUと表記する)

掲載状況からは、3大学は強いニュースバリューを持っていると判断できる。なお、国際教養大学については平成20年までは掲載数が少なく、平成21年から急激に増加している。これは平成16年4月の開学であり、平成20年3月に1期生が卒業したことが理由と推測される。平成20年3月時の就職実績が高く評価されたことから、その後の掲載数につながっているものと考えられる。

国際教養大学の掲載状況の変化からは、ビジネス誌はインパクトの強いニュースだけを記事にするのではなく、実績が伴う対象をニュースにしていることが読み取れる。ビジネス誌が取り上げる大学に注目することで、実績が伴っており、「通うことに価値がある」と判断できる大学を具体的に知ることが可能になる。

*2 講義・授業要領。講義・授業の目的や内容、講義名、教員名・教官名、使用教材、学期あるいは期間、取得単位数、評価方法などに関する情報。

図表 2 ビジネス誌への掲載状況

年度	雑誌名・記事名	雑誌名・記事名	AIU	KIT	APU
平成17年	週刊ダイヤモンド	特集「役に立つ大学」		1	1
	週刊エコノミスト	特集「就職できる大学」		1	
	週刊東洋経済	特集「本当に強い大学」		4	1
平成18年	週刊ダイヤモンド	特集「役に立つ大学」		1	1
	週刊エコノミスト	特集「中高一貫校」		1	
	週刊エコノミスト	就職率ランキング		1	
	週刊東洋経済	特集「本当に強い大学」		1	
平成19年	週刊エコノミスト	特集「受験生を惹きつける強い大学」		1	
	週刊東洋経済	特集「本当に強い大学」	1	1	
平成20年	週刊日経ビジネス	特集「さらば工学部」		1	
	週刊エコノミスト	特集「勝ち残る大学」		1	
	週刊東洋経済	特集「本当に強い大学」		1	
	週刊東洋経済	集中連載「だから若者は幸せになれない」			1
	週刊ダイヤモンド	特集「ガイジン様争奪戦」			2
	週刊ダイヤモンド	連載(陰山英男)			1
平成21年	週刊ダイヤモンド	特集「大学」	1	1	1
	週刊東洋経済	特集「本当に強い大学」	1		
平成22年	週刊日経ビジネス	レポート「再生なるか大学経営」	1	1	1
	週刊エコノミスト	特集「生徒を行かせたい大学」	1	1	1
	週刊日経ビジネス	武田薬品工業社長インタビュー			1
	週刊エコノミスト	特集「娘、息子を通わせたい大学」	3	2	1
	週刊ダイヤモンド	特集「壊れる大学」		1	
合 計			8	21	12

注) 数値は記事の本数

4. 文部科学行政が認める大学改革

大学改革の取り組みが文部科学行政において、どの程度評価されているのかを示すものとして、GP (Good Practice) の選定数である。GP とは、大学・短期大学・高等専門学校が自発的にテーマを設定・応募し、その取り組みに効果があると文部科学省が認めた場合に選定され、予算措置がなされるものである。

GP には、平成 15 年度から平成 19 年度の 5 年間に実施された「特色ある大学教育支援プログラム (特色 GP)」、平成 16 年度から平成 19 年度の 4 年間に実施された「現代的教育ニーズ取組支援プログラム (現代 GP)」、2 つの GP を一つにして平成 20 年度に実施さ

れた「質の高い大学教育推進プログラム (教育 GP)」がある。なお、平成 21 年度からは他の事業と統合されており、「大学教育・学生支援推進事業【テーマ A】大学教育推進プログラム」として選定が進められている。

図表 3～図表 5 に示すように、3 大学のうち、私立大学である金沢工業大学と立命館アジア太平洋大学は、積極的に GP に応募し選定されている。これは有効な教育カリキュラム改革を実施している結果と言えよう。次章では、こういった取り組みが志願者募集にどの程度つながっているかを検討する。なお、国際教養大学は GP の選定件数が 1 件にとどまっているが、学生数が全校で約 500 人と小規模なため、金沢工業大学と立命館アジア太平洋大学とは選定件数で比較できない。

図表3 特色GPと現代GPの選定件数

	年度	AIU	KIT	APU	選定数	全申請数	選定率
特色GP	平成15年度			1	80	664	12.0%
	平成16年度				58	534	10.9%
	平成17年度				47	410	11.5%
	平成18年度		1		48	331	14.5%
	平成19年度		1		52	331	15.7%
	合計	0	2	1	285	2,270	12.6%
現代GP	平成16年度	1	1	1	86	559	15.4%
	平成17年度		1		84	509	16.5%
	平成18年度		2	1	112	565	19.8%
	平成19年度		1	1	119	600	19.8%
		合計	1	5	3	401	2,233

出所) 文部科学省「特色ある大学教育支援プログラム」及び「現代的教育ニーズ取組支援プログラム」より作成

図表4 教育GPの選定件数

	テーマ	AIU	KIT	APU	選定数	全申請数	選定率
教育GP	教育課程の工夫改善		1	1	43	250	17.2%
	教育方法の工夫改善		1		91	583	15.6%
	上記以外の工夫改善				14	106	13.2%
	合計	0	2	1	148	939	15.8%

出所) 文部科学省「質の高い大学教育推進プログラム」より作成

図表5 大学教育・学生支援推進事業【テーマA】大学教育推進プログラム選定件数

年度	AIU	KIT	APU	選定数	全申請数	選定率
平成21年度		1	1	96	649	14.8%
平成22年度		1		30	298	10.1%
合計	0	2	1	126	947	13.3%

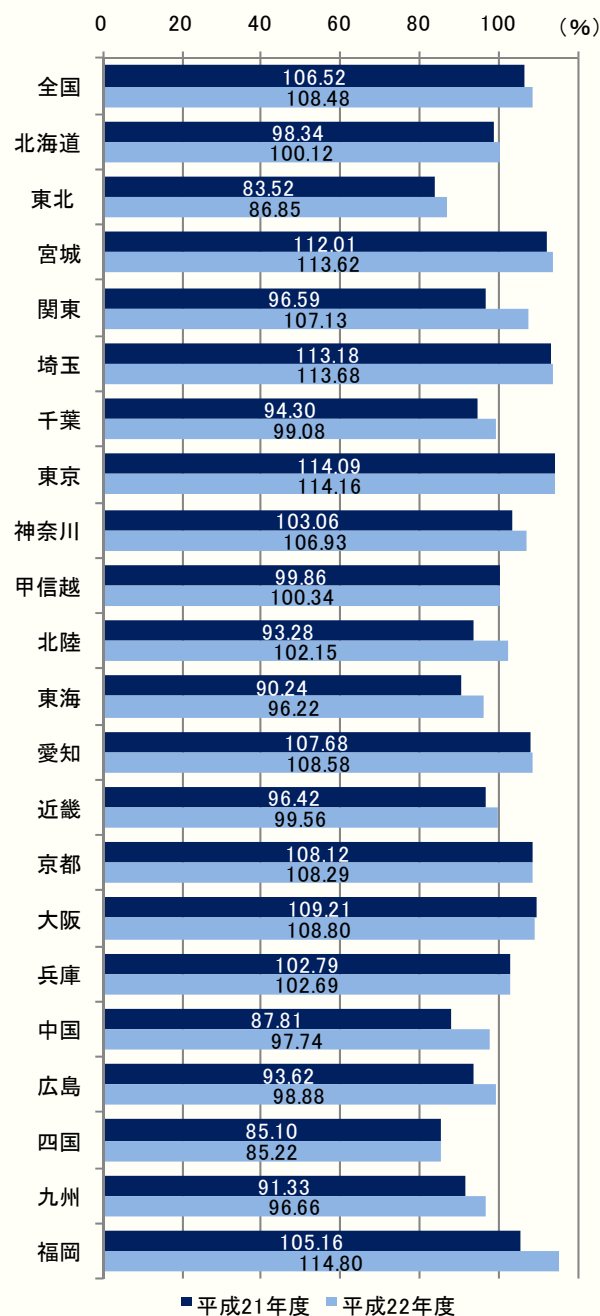
出所) 文部科学省「大学教育・学生支援推進事業【テーマA】大学教育推進プログラム」より作成

5. 大学改革と学生募集

進学率が頭打ちとなっている中で、都市部に比べて地方に立地する大学が定員を満たすことは極めて難しい現状にある。

私学経営情報センターのデータによると、平成22年度は全国で38.1%の私立大学が定員を満たしていない。また、地域別の定員充足率を見ると、金沢工業大学のある北陸地域では平成21年度は定員割れの状態にある。また、立命館アジア太平洋大学のある九州地域では、地域全体として定員を満たしていない。さらに、東北地域、中国地域、四国地域でも100%に達してなく、地方の私立大学が入学者の確保に苦勞していることがわかる。

図表6 私立大学の入学定員充足率(地域別)



出所) 日本私立学校振興・共済事業団 私学経営情報センター「私立大学・短期大学等入学志願動向」

国際教養大学は秋田県、金沢工業大学は石川県、立命館アジア太平洋大学は大分県と、いずれも地方に立地しているが、定員割れを起こしていない。

公立大学法人である国際教養大学は学費が低額に抑えられていることなど、別の要素が大きくかわるために改革の成果だけが働いているとは言えない。しかし、こういった教

育改革を進めていることが受験生・保護者に広まり、大学受験の際の選択肢の一つとして認知されていることが要因に含まれると考えられる。

6. 何を取り上げられているか

雑誌・新聞に取り上げられている内容は、ほとんどが教育カリキュラムと就職実績の2点である。国際教養大学の英語のみで実施するカリキュラムや、金沢工業大学の常に90%を超える就職率といった記事が多く取り上げられている。

3大学に共通する特徴は、教育カリキュラムと就職実績の双方が記事・報道に取り上げられていることである。受験生・保護者からすれば、カリキュラムだけが充実していても就職ができるのかわからない。あるいは就職実績だけが高くてもカリキュラムが明確でな

い状況では、積極的に受験しようという思いには至らない。3大学は、「こういうカリキュラムで教育するから、就職実績もよい」といったように、教育カリキュラムと就職支援・実績の双方が両輪となっていることが記事で伝えられ、それが受験生の背中を押すことにつながっているものと考えられる。

3大学の受験倍率を見ると、いずれも定員割れには至っていない。

図表7 3大学の記事内容抜粋

大学	分野	内容
AIU	教育カリキュラム	・すべての授業を英語で実施 ・暫定入学制度
	就職支援・実績	・有名企業への就職実績 ・ほぼ全員の就職(平成21年度:99.1%)
KIT	教育カリキュラム	・シラバス ・補習授業・自主学習への対応
	就職支援・実績	・1年次からの就職指導 ・首都圏への深夜バス運行
APU	教育カリキュラム	・日本で最大の学部留学生数 ・授業の半分を英語で実施
	就職支援・実績	・就職先からの高い評価 ・就職に役立つ英語教育の実施

図表8 3大学の入学試験倍率(一部)

大学名	学部名	受験者	合格者	実質倍率	備考
国際教養大学	国際教養学部	1,110	163	6.81	一般選抜試験データ
金沢工業大学	工学部	901	509	1.77	一般試験前期データ
	環境・建築学部	237	188	1.26	
	情報学部	433	315	1.37	
	バイオ化学部	288	206	1.40	
立命館アジア太平洋大学	アジア太平洋学部	302	88	3.43	A方式試験データ
	国際経営学部	174	38	4.58	

出所) 各大学ホームページより作成

国際教養大学の受験倍率の高さは、定員数が多いこと、公立大学法人であり学費負担が少ないこともあるが、特徴的なカリキュラムと就職実績が大きな理由になっていると考えられる。また、地方に立地する私立大学である金沢工業大学と立命館アジア太平洋大学の2大学は、定員割れすることなく教育活動を続けており、改革が受験生・保護者に評価されているものと考えられる。

こういった教育カリキュラム改革は、教育カリキュラムを作成して実践し、就職実績を積み上げるだけでは、十分な志願者数という形では現れてこない。志願者数という形にするには、その取り組みや実績について積極的にアピールしていくことが必要である。

7. いかに取り上げられているか

毎年、数万部から数十万部が購読されている雑誌に記事が掲載され、大学の取り組みに対して好意的な内容であることを踏まえれば、こういった雑誌への記事掲載は非常に大きな広告効果をもたらしているといえる。

記事は、取材をもとに構成され、大学側のコストはほぼゼロである。十分な広告宣伝効果をもたらす一方で、広告費はかかっていない。また、読者は「広告ではない」と認識して読んでいるため、記事の真実味は高くなり、その結果、訴求力が強くなっている可能性が高い。こうした点から、記事の掲載は最も有効な広告手段であるとも言える。

記事に近い形式で広告を出す大学も数多くみられるが、3大学はそういった掲載方法を採らずとも、大学でこういった取り組みがなされているのかが伝わる内容になっている。学生や学長、教員のインタビューが掲載される記事も多く、大学での取り組みの良さを十分に伝えることができている。

図表9は、図表7で示した雑誌記事の文字数を年度ごとに合計したものである。特筆すべきは、金沢工業大学の記事の文字数の多さである。

図表9 3大学の掲載記事文字数

年度	AIU	KIT	APU
平成17年度	-	1,972	414
平成18年度	-	5,606	150
平成19年度	109	197	-
平成20年度	-	1,504	2,249
平成21年度	798	52	161
平成22年度	1,689	3,385	1,612

注) 数字は文字数

8. 大学に求められる取り組み

多くの大学が、本稿で取り上げた3大学と

同様の教育カリキュラム改革を進めようとする傾向にある。昨年度は5つの大学が募集の停止を発表する一方、今年度も新しい学部や大学の設立が認可されており、競争環境が改善しているとは言い難い。

そのため、パブリシティ活動によって、自らの大学の活動をいかにアピールし、差別化していくかが重要になる。教育改革の推進に加えて、教育改革の内容とその成果をどういう形で受験生とその保護者に伝えていくかという点が特に重要である。

さまざまな改革がよい方向に進んだとしても、その改革が受験生・保護者に十分に伝わらなければ学生の獲得には結びつかない。現状でも学生の獲得のため、大学は広告を出したり、教員や事務職員が近隣の高校を訪問したりするなどの活動を積極的に実施しているが、その効果がコストに見合ったものであるかは不明である。一方で、3大学は他の大学と比較して「特定の雑誌に取り上げられた」という大きなアドバンテージを持っており、高校訪問などの際にも有効なツールとして機能すると考えられる。こういった活動にも大学は力を入れるべきであろう。

学生募集のためには、知名度が高いこと、その上で効果的な教育がなされていることが伝わる必要がある。広報や宣伝活動への積極的な取り組みは、この点で効果的である。今後、大学は改革を進めるとともに、その改革の状況・成果をどう伝えるかについても、十分に検討することが求められる。

筆者

望月 洋佑 (もちづき ようすけ)

株式会社 野村総合研究所

公共経営戦略コンサルティング部

副主任コンサルタント

専門は、教育行政、教育政策、大学経営 など

E-mail: y2-mochizuki@nri.co.jp