

NEWS RELEASE

平成18年2月9日

株式会社 電通九州
代表取締役社長 中野正道電通九州、九州17大学の「大学ブランドパワー」を診断
～ 総合ブランドパワー第1位は九州大学、APUが第2位に～

株式会社電通九州(社長・中野正道、本社・福岡市、資本金4億円)は昨年12月、九州7県の15歳から59歳の男女個人1,250人を対象に「大学ブランドパワー診断調査」を実施した。診断の対象校は、九州に所在する国立大学3校、私立大学14校の計17校。電通九州が独自に開発した大学向けのブランド評価軸に基づき、一般生活者からみた大学像を分析した。

総合ブランドパワーの第1位は「九州大学」(50点)。以下、2位「立命館アジア太平洋大学(APU)」(38点)、3位「西南学院大学」(35点)、4位「福岡大学」(30点)と私大が続いた。国立の熊本大学、鹿児島大学は5位、6位。

第1位の九州大学は、教育力や研究力など大学が本来持つべき「コア・コンピタンス力」や入学志願力・就職力で他校を大きく引き離している。地域社会への貢献や産学官連携も高評価だが、国際連携力の評価はAPUや西南に劣る。

2位の立命館アジア太平洋大学(APU)は2000年4月に開校した大学。早くも「次代開発力」や「情報・文化発信力」「国際連携力」などの項目で九大を抜きトップの評価を得た。個性的な教育方針が評価される一方、就職力の評価や、認知率はまだ低い。

全入時代を間近に控え大学間競争の激化が予想される中、電通九州は大学を対象としたブランド・コンサルティングに注力していく。電通グループの最新手法を投入し、大学ブランドパワー診断による課題発掘から、コミュニケーション計画、新設学部や社会人講座のカリキュラム編成サポートまで幅広く対応する。

< 調査設計 >

調査名: 「大学ブランドパワー診断調査」
調査方法: インターネット調査(大規模モニターシステム・電通リサーチ「ミリオネット」を使用)
調査対象者: 15歳～59歳の男女個人 計1,250サンプル (1校あたり250サンプル×5系列)
調査地域: 九州7県
調査実施期間: 平成17年12月13日～12月20日
診断対象校: 九州に所在する国立大学3校、私立大学14校 (計17校)

お問い合わせ先: ソリューション開発部 小野(092-713-2648)

「総合ブランドパワー」スコア

1位	九州大学	49.9
2位	立命館アジア太平洋大学(APU)	37.9
3位	西南学院大学	34.7
4位	福岡大学	29.5
5位	熊本大学	29.1
6位	鹿児島大学	26.0

単位:点
(100点満点)

5つのブランド評価軸別スコア

単位:点 (100点満点)

<コア・コンピタンス力>

1位	九州大学	48.3
2位	西南学院大学	30.1
3位	立命館アジア太平洋大学(APU)	27.4
4位	熊本大学	27.0
5位	鹿児島大学	25.4
6位	福岡大学	25.0

<次代開発力>

1位	立命館アジア太平洋大学(APU)	49.4
2位	九州大学	42.7
3位	西南学院大学	32.3
4位	長崎総合科学大学	30.6
5位	崇城大学	30.3
6位	中村学園大学	27.2

<インプット・アウトプット力>

1位	九州大学	67.2
2位	西南学院大学	44.9
3位	福岡大学	43.4
4位	熊本大学	42.5
5位	鹿児島大学	33.0
6位	九州産業大学	31.3

<ネットワーク力>

1位	九州大学	53.3
2位	立命館アジア太平洋大学(APU)	45.4
3位	西南学院大学	36.0
4位	熊本大学	33.0
5位	鹿児島大学	29.3
6位	福岡大学	25.6

<情報・文化発信力>

1位	立命館アジア太平洋大学(APU)	38.7
2位	九州大学	38.0
3位	崇城大学	34.1
4位	西南学院大学	30.0
5位	九州産業大学	28.3
6位	志學館大学	26.7

【各ブランド評価軸の説明】

- 「コア・コンピタンス力」： 教育・育成力、研究力、マネジメント力等、大学が本源的に持つべき能力に対する評価。
- 「次代開発力」： 時代への対応力や、次代を切り開く能力に対する評価。
- 「インプット・アウトプット力」： 入学志願者を集める力と、就職に対する評価。
- 「ネットワーク力」： 大学を取り巻く社会との連携や、国際的な連携力に対する評価。
- 「情報・文化発信力」： 大学としての情報発信力や文化拠点力に対する評価。