

マスコミから見た 国立大学

～経済誌の視点から～

独立行政法人国立大学財務・経営センター
「高等教育財政・財務研究会」
(2008年12月20日)

『週刊東洋経済』副編集長
三上直行

目次

- はじめに～高まる一方の大学への関心
- 特集「本当に強い大学」の概要
- 大学ランキングについて
- (補論)就職関連データについて
- 読者の問題関心と編集者の視点
- おわりに～戦略的な情報発信とは

はじめに

大学に対する 読者の関心は高い！

- 平均部数を上回る売り上げ、読者の反響も大きい
- 大学からの問い合わせも多数（ランキング等）
- 教育専門メディアとは異なる読者層（ビジネスマン）

特集「本当に強い大学」の概要

「本当に強い大学」の歴史①

- 2000年から毎年継続して特集を掲載。ライバル誌との差別化に知恵を絞る。
- 年2回の時もあったが、現在では年1回、秋の定番企画として定着。
- 平均部数を上回る売り上げを達成。近年、特に好調。



「本当に強い大学」の歴史②

- 経済誌ならではの特徴の追求
「ヒト、モノ、カネ、情報」
- 財務分析に注力(大学ランキング、大学四季報へ発展)
- “役に立つ大学”のアプローチ



「本当に強い大学」の歴史③

- 「役に立つ大学」として取り上げたトピックスとしては...

学力向上、就職支援、
資格取得、社会人大学院、
産学連携
etc.



「本当に強い大学」の歴史④

国立大学(法人)について

- 「経営の視点」重視から、当初は私学が中心テーマ
- 法人化2年目の2005年から、本格的な財務分析
- 法人化後の大学改革についても、各特集で記事化

「大学ランキング」について

大学ランキングの変遷①

- 経済誌の特徴を出すために財務に着目
- 決算データ、経営指標の掲載（私立大学45校から国公私177大学へ拡大）
- 経営指標ランキングから多角的ランキングへ

大学ランキングの変遷②

- 2000年～ 経営指標ランキング
- 2003年～ 独自格付け
- 2004年～ 総合ランキング(私立のみ)
- 2006年～ 総合ランキング(私立・国立統合)

「総合ランキング」について①

- 読者および大学関係者からの関心が高い
- 一定規模(学生数)を持つ大学が対象
- 独自アンケートと外部調査会社のデータを基に指標を算出

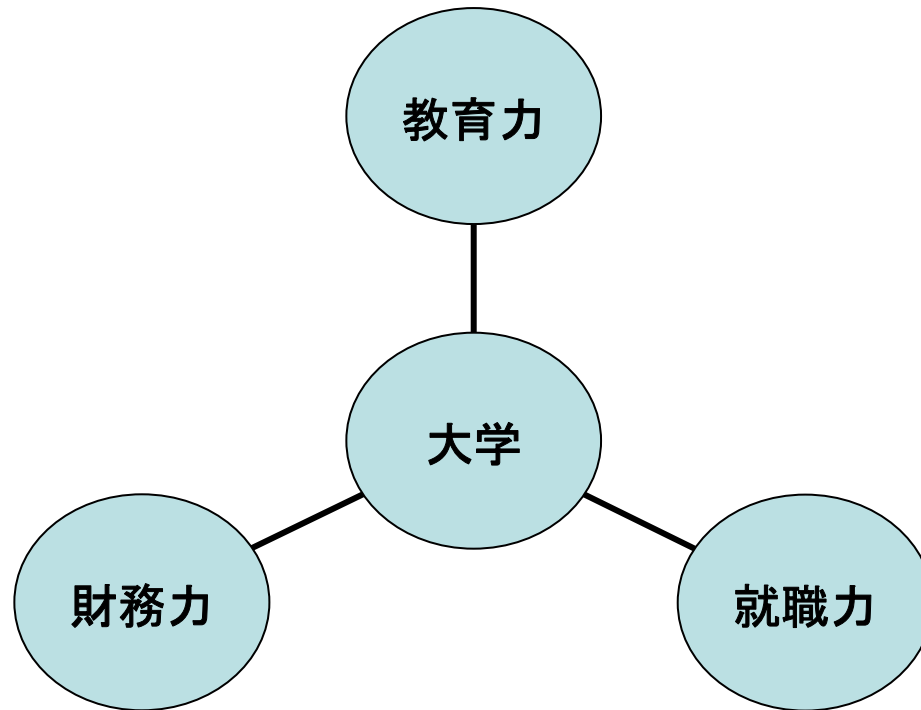
■2008年版「本当に強い大学」 総合ランキング

順位			大学名
06年	07年	08年	
1	1	1	東京大学
3	2	2	慶應義塾大学
7	3	3	京都大学
2	4	4	大阪大学
9	5	5	早稲田大学
4	15	6	豊田工業大学
8	8	7	東北大学
—	6	8	東京工業大学
6	7	9	北海道大学
77	49	10	武蔵野大学

(注)弊社HP掲載の「訂正版」に基づく

「総合ランキング」について②

ランキングの要素は三つ



「総合ランキング」について③

- 「財務力」～志願者数増減率、経常利益率、自己努力収入比率、自己資本比率
- 「教育力」～教育研究充実度、GP等採択件数、科学研究費補助金、教員1人当たり学生数
- 「就職力」～就職率、上場企業役員数、就職上位層の30歳年収推計

「総合ランキング」について④

国公立の枠を超える挑戦

- 「大学の實力」を横並びで検証
- 指標算出に当たってイコールフィッティングに苦勞
(例) 経常利益率→私立は帰属収支差額比率
- 「同じ土俵で議論して良いか」の批判も

「総合ランキング」について⑤

問題点・課題

- 単年度の特殊要因（資産売却、周年記念寄附など）
- ブランド価値の反映が不十分（スポーツ、芸術など）
- セグメント別には未対応（国公私、規模など）

(補論) 就職関連データについて

- 就職率(%) = 就職決定者数 ÷ (卒業者数 - 大学院進学者数) × 100
- 就職上位層の30歳年収 → 主要企業への就職先データと、東洋経済の上場企業年収推計モデルにより算出
- 大学側の情報開示が数値に影響

読者の問題関心と 編集者の視点

子どもを持つ親としての読者①

大学も親がかりが当然！

- 小中高受験の延長線
にある大学受験
- 「経験者」として関与
(受験、大学生活)
- カネも口も両方出す！
祖父母までも参戦

子どもを持つ親としての読者②

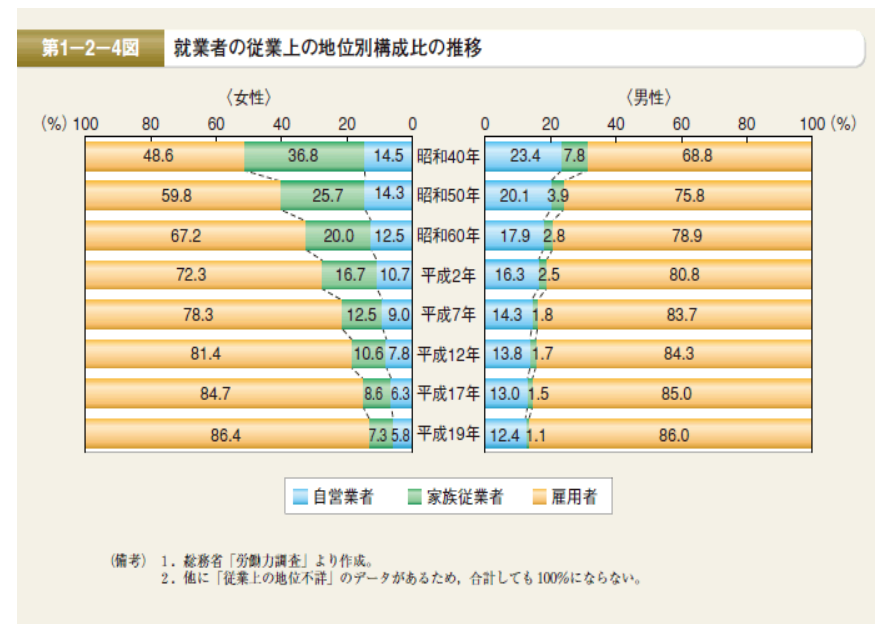
子どもの将来が心配！

- どこに就職できるのか
- 学力がつくのか
- 社会人としてのマナーは身につくのか

子どもを持つ親としての読者③

目に見える実績を！

- サラリーマン層が増加
- サラリーマンの現実～
成果主義、見える化
- 「ブランド大学」あるいは
「実績のある大学」志向



（右図は男女共同参画白書・平成20年版より）

企業の採用担当者としての読者

「総合ランキング」を採用資料に？

- 産業界から高まる教育界への要望
- 背景にあるコア人材に対するニーズ
- 企業の人材育成を大学が肩代わり

※産学連携に対する要望も根強い

編集者の視点

- 読者の問題関心＝編集者の視点（理想像）
- 記事化に必要なのは、明確性、差別化、意義
- 大学だけが特別な存在ではない

国立大学法人に関するテーマ

- 大学間格差（運営費交付金削減、競争原理の導入）
- 地方vs首都圏（地方国立か、首都圏有名私立か）
- 学生満足度の向上（面倒見の良い大学になれるか）

おわりに

戦略的な情報発信を！

- 学生は顧客、そして、資産
- 大学の強みの「再発見」
- 情報発信は大学風土を変える

ご静聴ありがとうございました