

大学イメージを ポジショニングマップで 比較する

147号では「進学ブランド力調査2007」を通じて『大学が高校生からどのように見られているか』という観点から、知名度、興味度、志望度に加え、イメージ項目ごとのランキングをご紹介した。そうした中、編集部では次のような疑問ができた。高校生は同じような地域にある同じような偏差値帯の数大学の中から、出願する大学とそうでない大学を選別する。そのとき、高校生は大学間のイメージの違いをどのように捉えているのだろうか？そこで今号ではこの疑問に答えるため、「進学ブランド力調査2007」の結果をもとに、大学間のイメージを相対化できないかと考え、「ポジショニングマップ」という1つの試みをした。ブランド戦略とは、大学側から見れば個性化・差別化戦略でもある。このポジショニングマップの分析はひとつの手法に過ぎないが、大学の広報戦略を考える際の参考になれば幸いである。

リクルート「進学ブランド力調査2007」では、各大学の知名度・興味度に加え、高校生が大学に対してどのようなイメージで大学を見分けているかを知るために、「機能的価値」を表すイメージ項目34項目と、「感性的価値」を表すイメージ項目15項目、合計49項目のイメージワードについて、それぞれの大学にあてはまるイメージを高校生に回答してもらった。147号では、その結果をイメージ項目別大学ランキングとして発表した(イメージについてたずねた大学一覧は23ページ参照)。

さらに本号では、このイメージ調査を利用して、高校生が各大学に対してどのようなイメージを持っているのか、大学間の特色・違いを表す手段として、統計分析の中の一手法である「コレスポネンス分析」を用い、『大学間のイメージの相関関係を示す』ポジショニングマップを作成してみた。

ポジショニングマップとは 何を示すものか

まずはポジショニングマップが何を示しているのかを解説するため、理工系大グループ(関東圏12大学)のポジショニングマップ(図1)をサンプルにご説明したい。

コレスポネンス分析は、冒頭のイメージ項目調査結果で得られた各大学のイメージスコア(例えばA大学の「自由な」というスコアが38%など)をもとに計算を行う。

具体的には、行に学校名を、列にイメージ項目をおき、それぞれの大学のイメージスコアが記入されたマ

【機能的価値】を 表すイメージ項目

伝統や実績がある
活気がある感じがする
有名である*
校風や雰囲気がよい
学校が発展していく可能性がある
教育方針・カリキュラムが魅力的である
教育内容のレベルが高い
自分の興味や可能性が広げられる
資格取得に有利である
社会で役立つ力が身につく
国際的なセンスが身につく
教授・講師陣が魅力的である
先輩・卒業生が魅力的である
学生の学力が高い
学生の面倒見が良い
就職に有利である

卒業後に社会で活躍できる
将来の選択肢が増える
学習設備や環境が整っている
キャンパスがきれいである
寮や奨学金などが充実している
学生生活が楽しめる
クラブ・サークル活動が盛んである
周囲からの評判が良い*
入試方法が自分に合っている*
偏差値が自分に合っている*
教養が身につく
専門分野を深く学べる
規模が大きい*
自宅から通える*
交通の便が良い*
勉強するのに良い環境である*
遊びに行くのに便利な立地である*
学費が高くない*

【感性的価値】を 表すイメージ項目

知的な
多様な
先進的な
おしゃれな
自慢できそう
力強い
のんびり
明るい
落ち着いた
個性的な
まじめ
親しみやすい
自由な
厳格な
上品な

*は147号のイメージ項目別大学ランキングには未掲載。

トリクス・データをもとにして、「各イメージの近さ」を計算する。いくつかの大学で「自由な」と「のんびり」「明るい」というイメージ項目のスコアが相対的に高いため、この3つのイメージは近いと判断される。同時に「自慢できそう」「知的な」といったイメージ項目は同時に相対的に低いため、やはり同様に近いイメージ同士であると判断される。それぞれの近さ・遠さのスコアを算出した結果が軸1である。

一方で、別のいくつかの大学について、「先進的な」「個性的な」のスコアが相対的に高く、同時に「落ち着いた」「上品な」のスコアが相対的に低いと判断された。そこで、今度は軸1と同様にこれらの項目の近さ・遠さのスコアを算出した結果が軸2である。

なお、軸1は、全体を通してイメージ項目と学校それぞれの近さ・遠さ

を最も分けられる軸であり、軸2は次に説明力の高い軸である。

このようにイメージの相反する関係をもとに設計した軸1を横軸、軸2を縦軸にとると(図2)、各イメージ項目の近さを算出したスコアから、そのまま各イメージがプロットされる。すでに算出してある各大学のイメージ・スコアに、各イメージ項目の近さを算出したスコアをもとに重みをつけて各大学の軸1、軸2における得点を算出してプロットするとポジショニングマップとなる。

ポジショニングマップでは、近い位置にある学校群ほど、近いイメージ(群)を持たれていると考える。

その際に注意が必要なのは、イメージの強弱自体はマップに反映されていないということである。たとえばマップ中心部にプロットされた大学群は、マップ中央にあるからといってその大学に特徴がないというわ

5グループの ポジショニングマップを作成

さて、ポジショニングマップがどのようなことを示しているかお分かり頂いたところで、今度は、イメージ調査を行った関東圏143大学を対象に、「機能的価値項目(34項目)」と「感性的価値項目(15項目)」のイメージ項目に分けて、

それぞれポジショニングマップを作成してみた。

すると、「機能的価値項目」と「感性的価値項目」では、「感性的価値項目」のほうが高校生がイメージをしやすいため、マップ上の分布にも、より特徴が表れることがわかった。さらに、それぞれのポジショニングマップ上の、理工系大学をグリーン、女子大学をピンクに

色分けしてみると、両者はポジショニングマップ上の分布の場所がはっきり異なることもわかった(図3, 4)。そこで次章では、大学をいくつかのグループに分けてみて、そのグループごとに、イメージの相関性につきやすい「感性的価値項目」のポジショニングマップを作成し、グループ内のイメージの相関を示してみることにした。各大学グループはそれ

ぞれ、①関東理工系大、②関東女子大、③関西女子大、④関東難関私大、⑤関西難関私大の5グループである。

ところで、ポジショニングマップは『大学間のイメージの相関関係を示すもの』であって、近い位置にある学校群ほど、近いイメージ(群)を持たれていることはわかるが、大学ごとに各イメージ項目の強弱(スコア)がどれくらいあ

るかはわからないと前に述べた。そこで、①近い位置にある大学群のイメージがどう近いのか、②各大学がイメージ項目ごとにどのくらいのスコアを得ているかを示すために、「感性的価値項目(15項目)」のレーダーチャート(『各大学のイメージスコアの形と大きさを示すもの』)も掲載した。

各グループのポジショニングマップと

レーダーチャートの数値を見てみると、それぞれの大学のポジションが、「予想通り」、または「目指している方向と違うのではないかなど、さまざまであろう。今のイメージのままが良いのか、将来的にもっと違う方向を目指すのか、今後の方向付けのための参考資料として供することとする。

図3 機能的価値34項目のポジショニングマップ(関東圏143大学)

	寄与率	累積寄与率
軸1	0.26	0.26
軸2	0.21	0.47

【専門分野を深く学べる・資格取得に有利である】

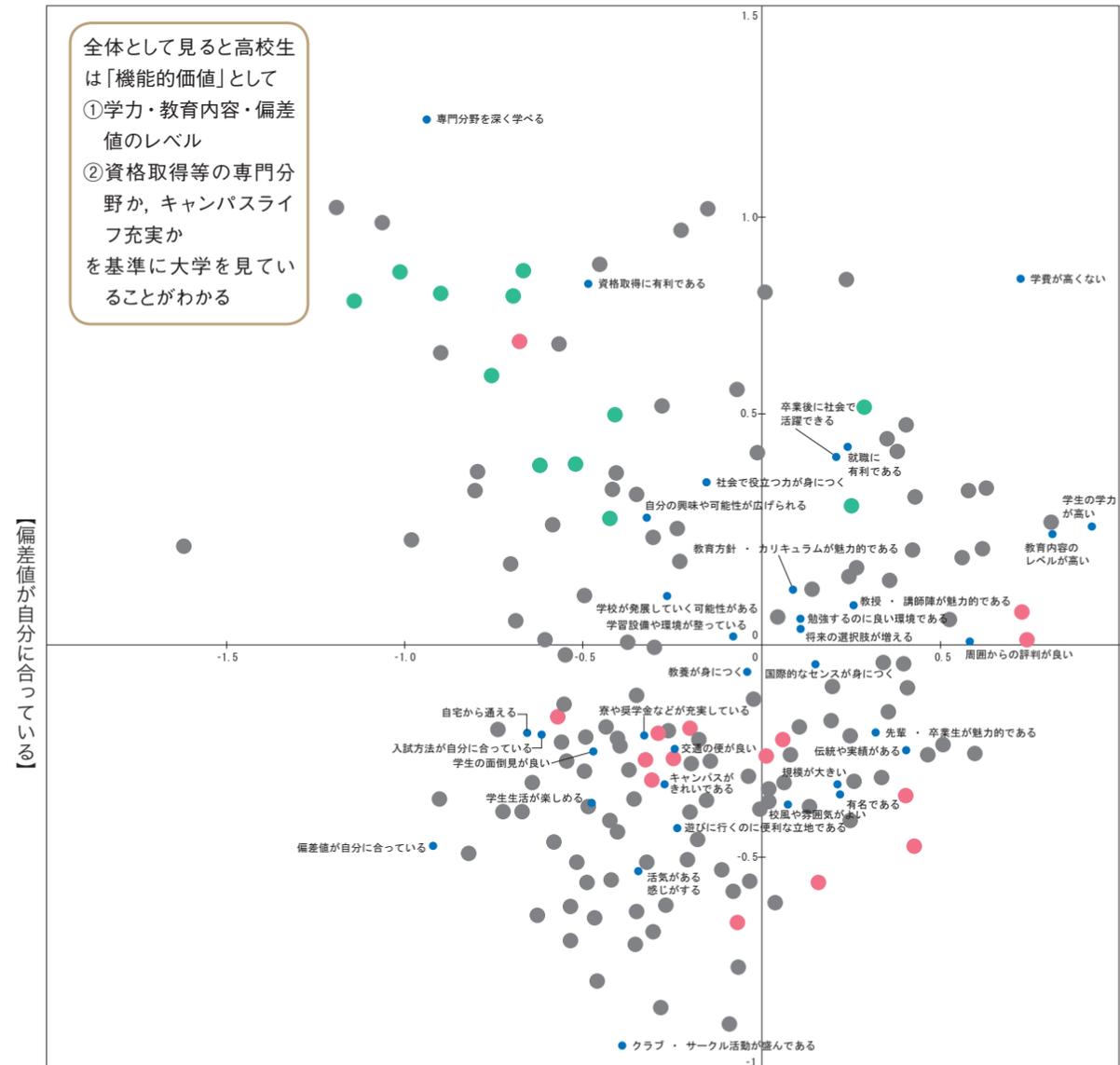
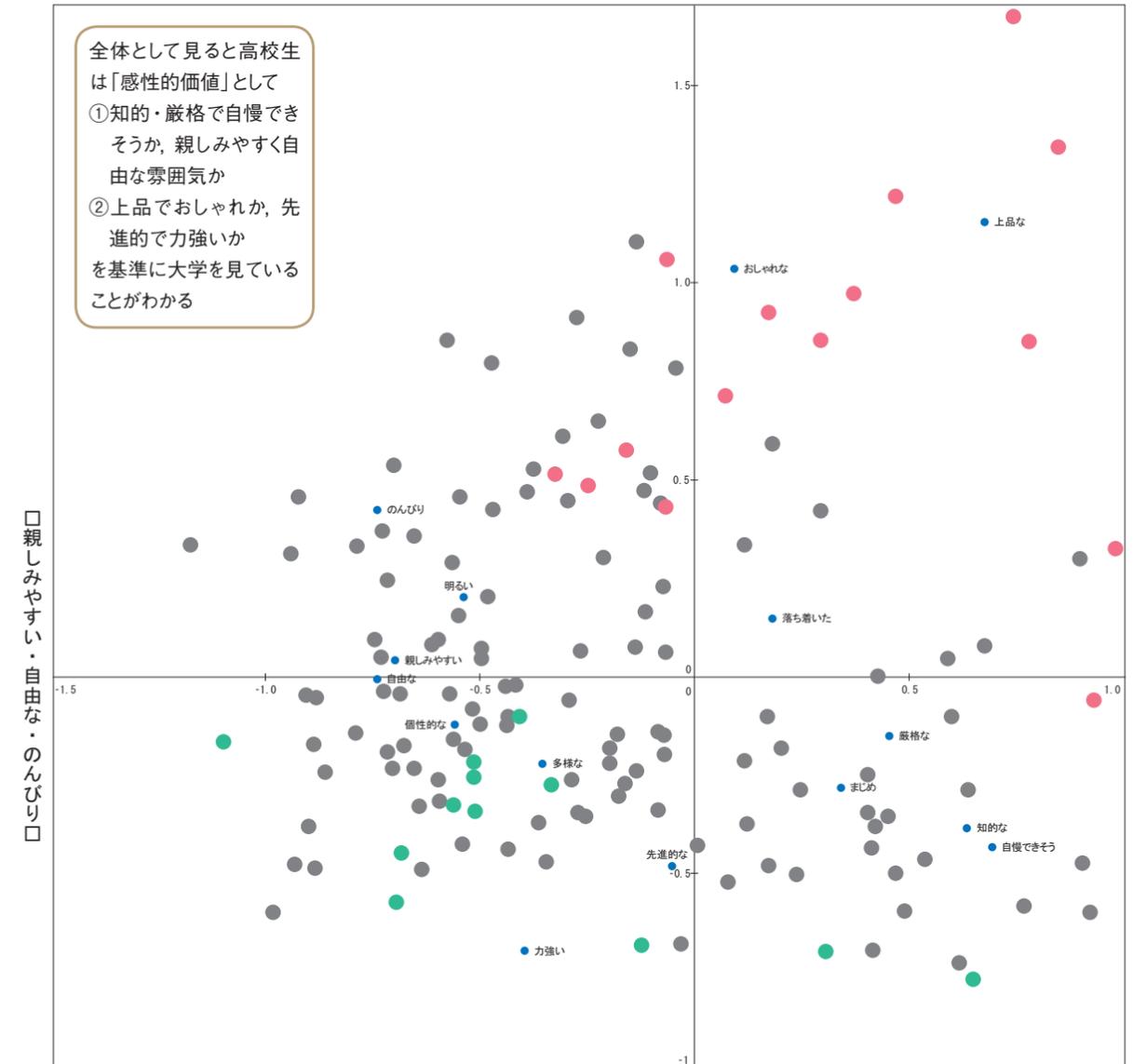


図4 感性的価値15項目のポジショニングマップ(関東圏143大学)

	寄与率	累積寄与率
軸1	0.36	0.36
軸2	0.29	0.64

【上品なおしゃれな】

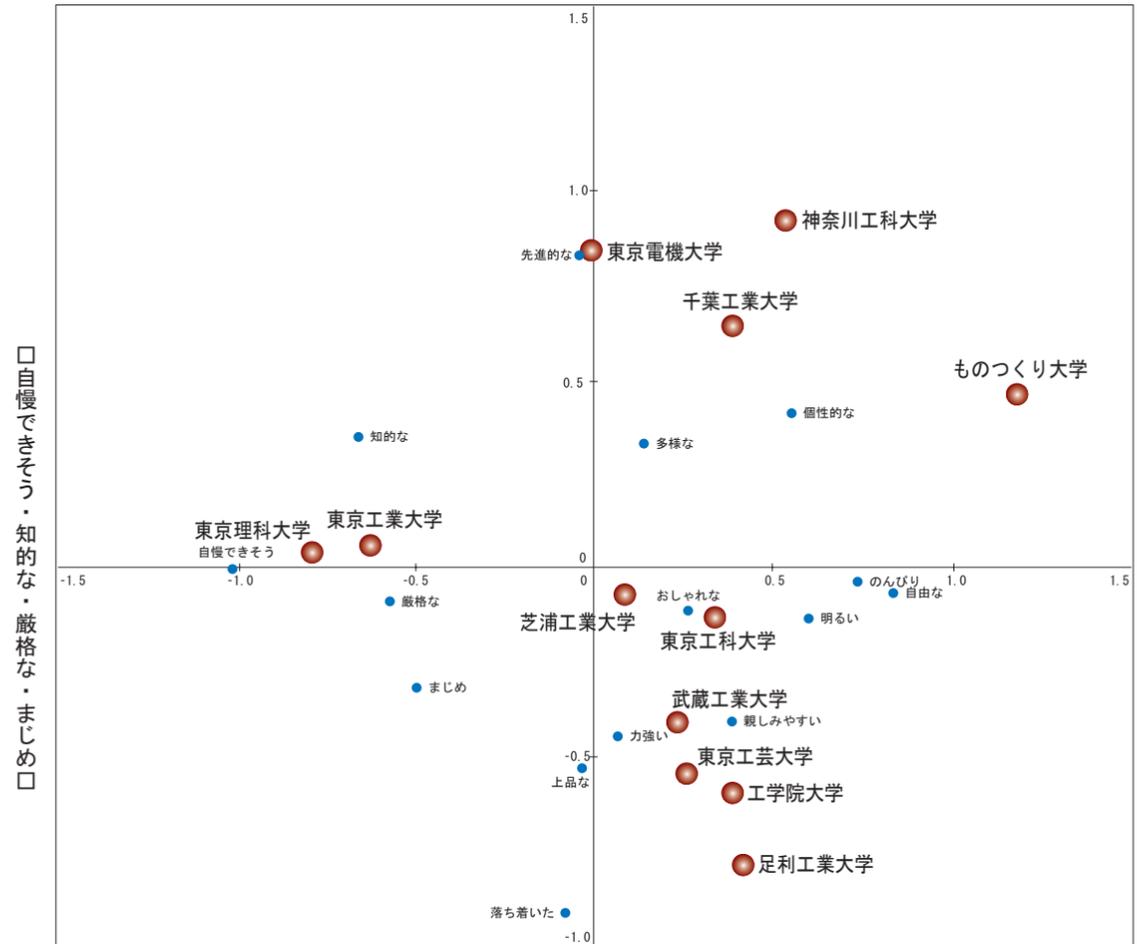


1 関東理工系大グループ (理学部・工学部志望者ベース)

感性的価値15項目についてのポジショニングマップ

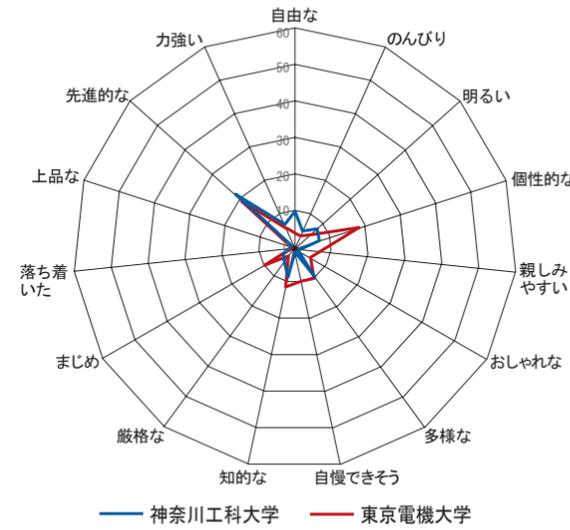
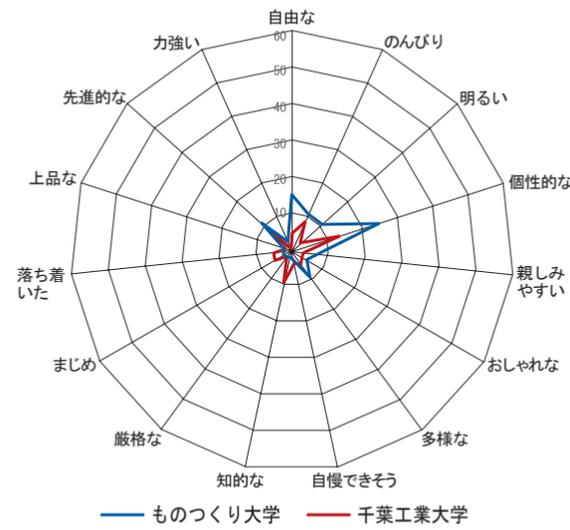
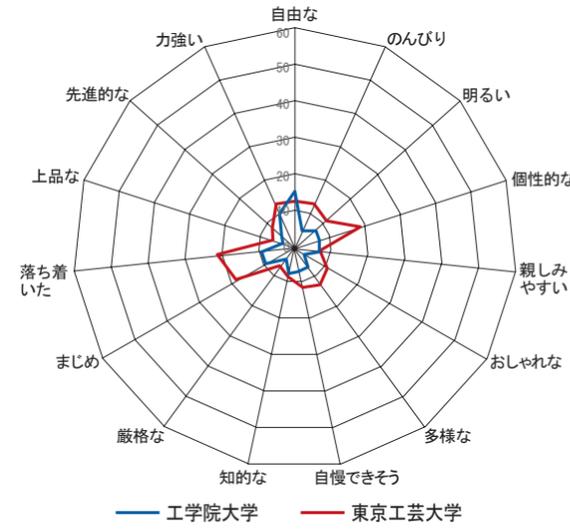
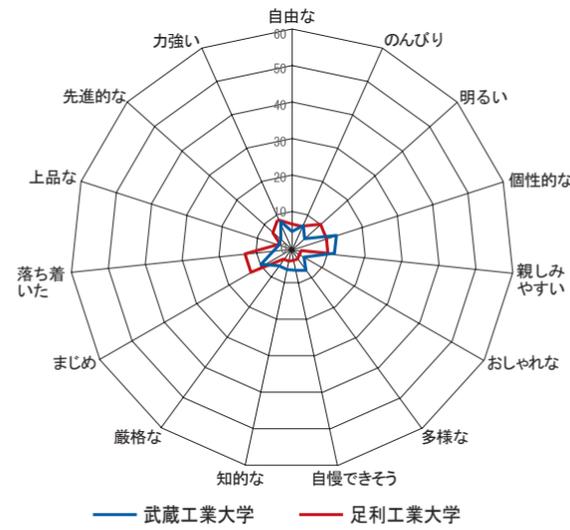
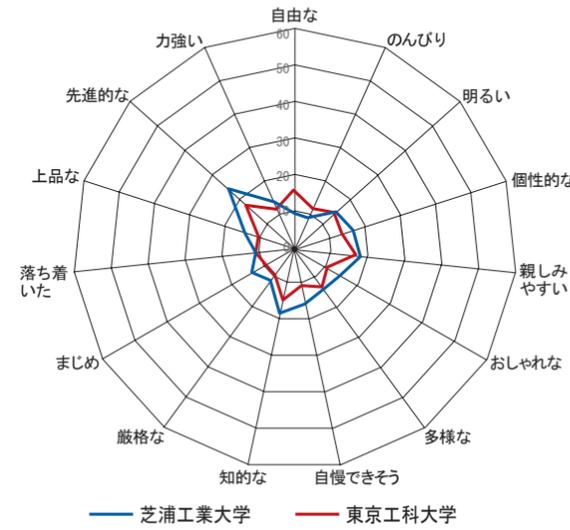
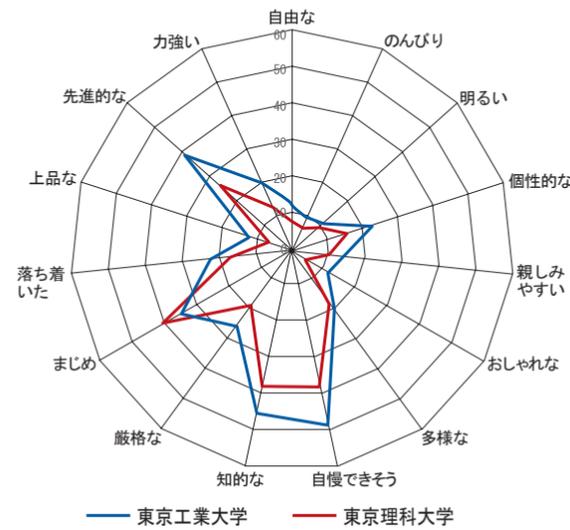
【先進的な・個性的な】

	寄与率	累積寄与率
軸1	0.43	0.43
軸2	0.20	0.63



【落ち着いた・上品な】

軸1		軸2	
ものづくり大学	1.178	自由な	0.835
神奈川工科大学	0.536	のんびり	0.739
足利工業大学	0.403	明るい	0.603
千葉工業大学	0.382	個性的な	0.557
工学院大学	0.379	親しみやすい	0.393
東京工科大学	0.339	おしゃれな	0.268
東京工芸大学	0.257	多様な	0.138
武蔵工業大学	0.217	力強い	0.065
芝浦工業大学	0.088	先進的な	-0.035
東京電機大学	-0.013	上品な	-0.055
東京工業大学	-0.619	落ち着いた	-0.080
東京理科大学	-0.780	まじめ	-0.487
		厳格な	-0.571
		知的な	-0.650
		自慢できそう	-1.009
神奈川工科大学	0.930	先進的な	0.834
東京電機大学	0.849	個性的な	0.414
千葉工業大学	0.651	知的な	0.352
ものづくり大学	0.469	多様な	0.334
東京工業大学	0.072	自慢できそう	0.000
東京理科大学	0.045	のんびり	-0.036
芝浦工業大学	-0.058	自由な	-0.060
東京工科大学	-0.129	厳格な	-0.087
武蔵工業大学	-0.416	おしゃれな	-0.115
東京工芸大学	-0.540	明るい	-0.135
工学院大学	-0.595	まじめ	-0.314
足利工業大学	-0.766	親しみやすい	-0.409
		力強い	-0.444
		上品な	-0.509
		落ち着いた	-0.919

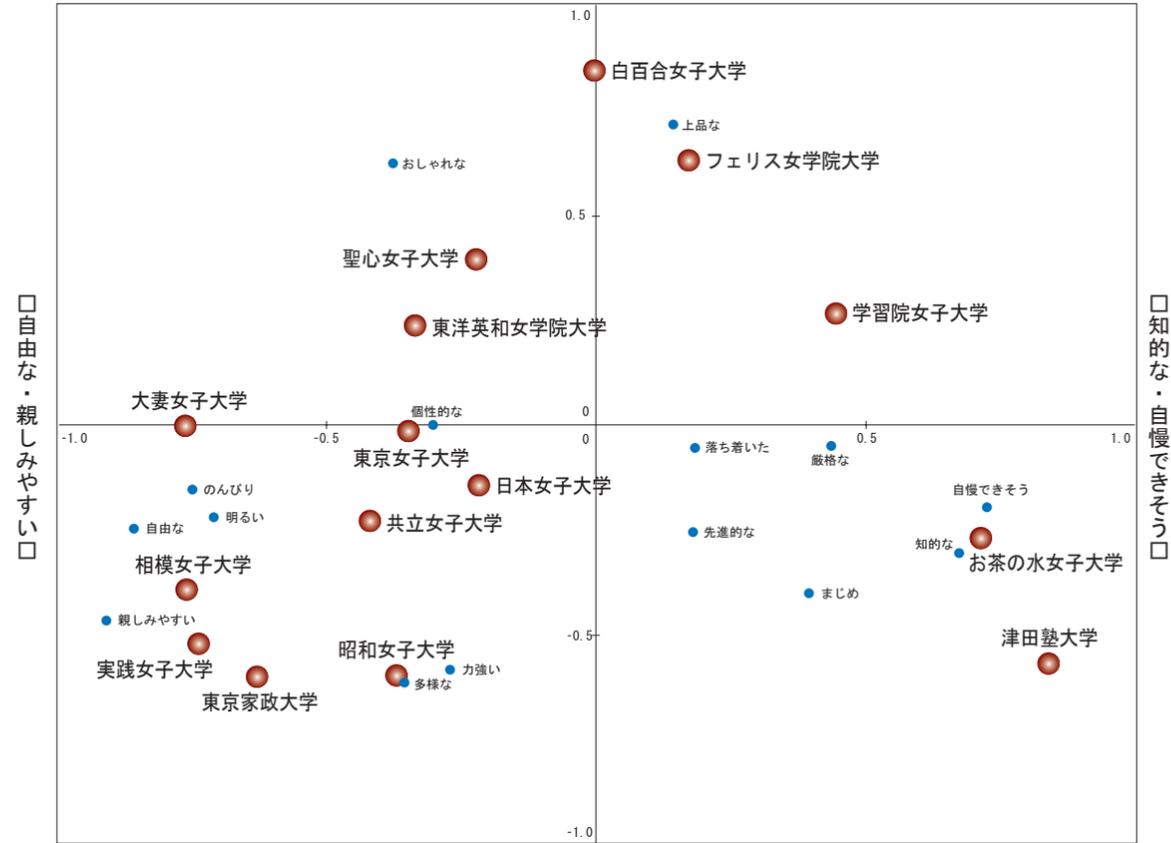


2 関東女子大グループ (女子ベース)

感性的価値15項目についてのポジショニングマップ

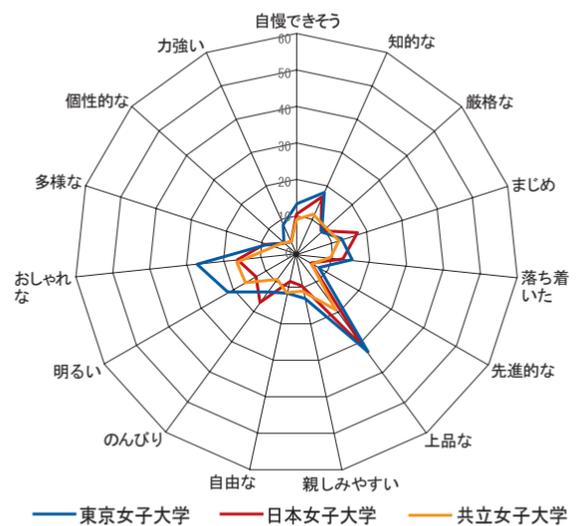
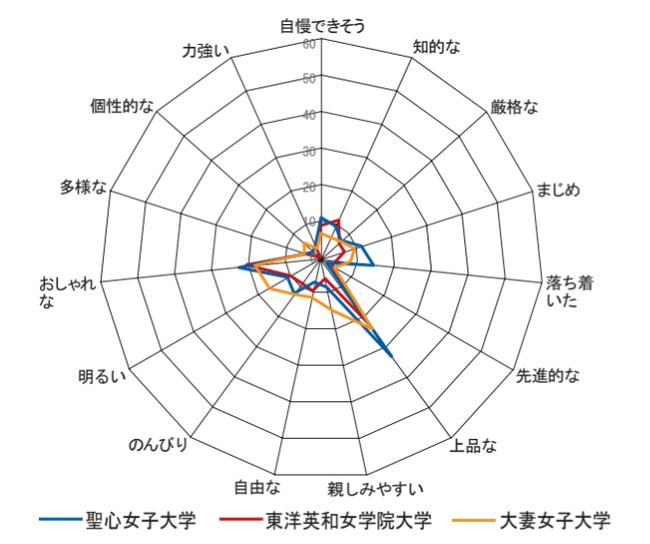
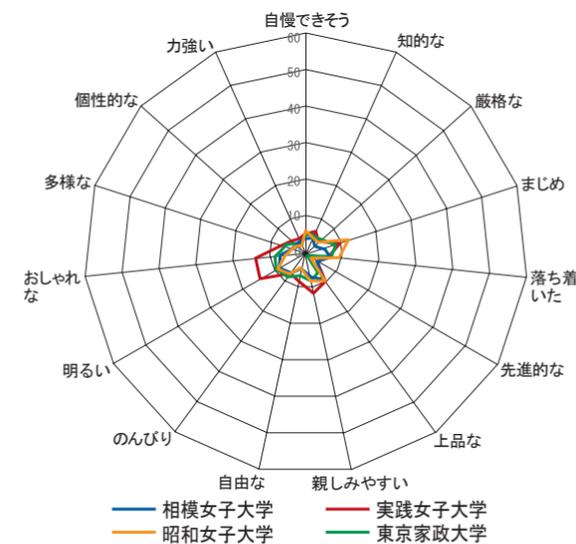
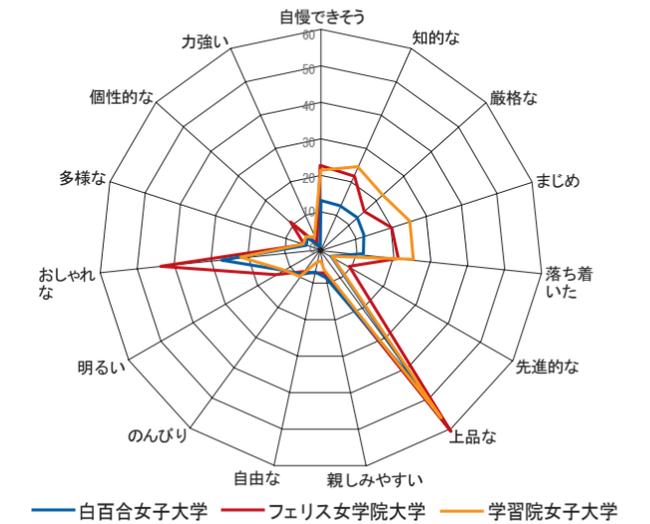
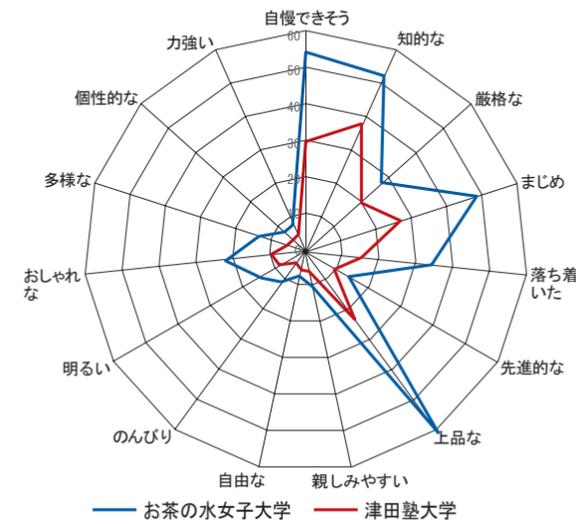
【上品な・おしゃれな】

	寄与率	累積寄与率
軸1	0.53	0.53
軸2	0.26	0.80



【力強い・多様な】

軸1		軸2	
津田塾大学	0.836	自慢できそう	0.723
お茶の水女子大学	0.716	知的な	0.673
学習院女子大学	0.445	厳格な	0.433
フェリス学院大学	0.173	まじめ	0.393
白百合女子大学	-0.003	落ち着いた	0.184
日本女子大学	-0.217	先進的な	0.181
聖心女子大学	-0.222	上品な	0.146
東洋英和女学院大学	-0.334	力強い	-0.275
東京女子大学	-0.346	個性的な	-0.302
昭和女子大学	-0.371	多様な	-0.356
共立女子大学	-0.419	おしゃれな	-0.371
東京家政大学	-0.628	明るい	-0.707
実践女子大学	-0.735	のんびり	-0.750
大妻女子大学	-0.758	自由な	-0.858
相模女子大学	-0.760	親しみやすい	-0.906
白百合女子大学	0.844	上品な	0.714
フェリス学院大学	0.635	おしゃれな	0.621
聖心女子大学	0.399	個性的な	-0.005
学習院女子大学	0.264	厳格な	-0.054
東洋英和女学院大学	0.241	落ち着いた	-0.059
大妻女子大学	0.002	のんびり	-0.157
東京女子大学	-0.014	自慢できそう	-0.198
日本女子大学	-0.143	明るい	-0.221
共立女子大学	-0.233	自由な	-0.247
お茶の水女子大学	-0.273	先進的な	-0.257
相模女子大学	-0.393	知的な	-0.312
実践女子大学	-0.512	まじめ	-0.406
津田塾大学	-0.576	親しみやすい	-0.463
昭和女子大学	-0.599	力強い	-0.586
東京家政大学	-0.600	多様な	-0.615

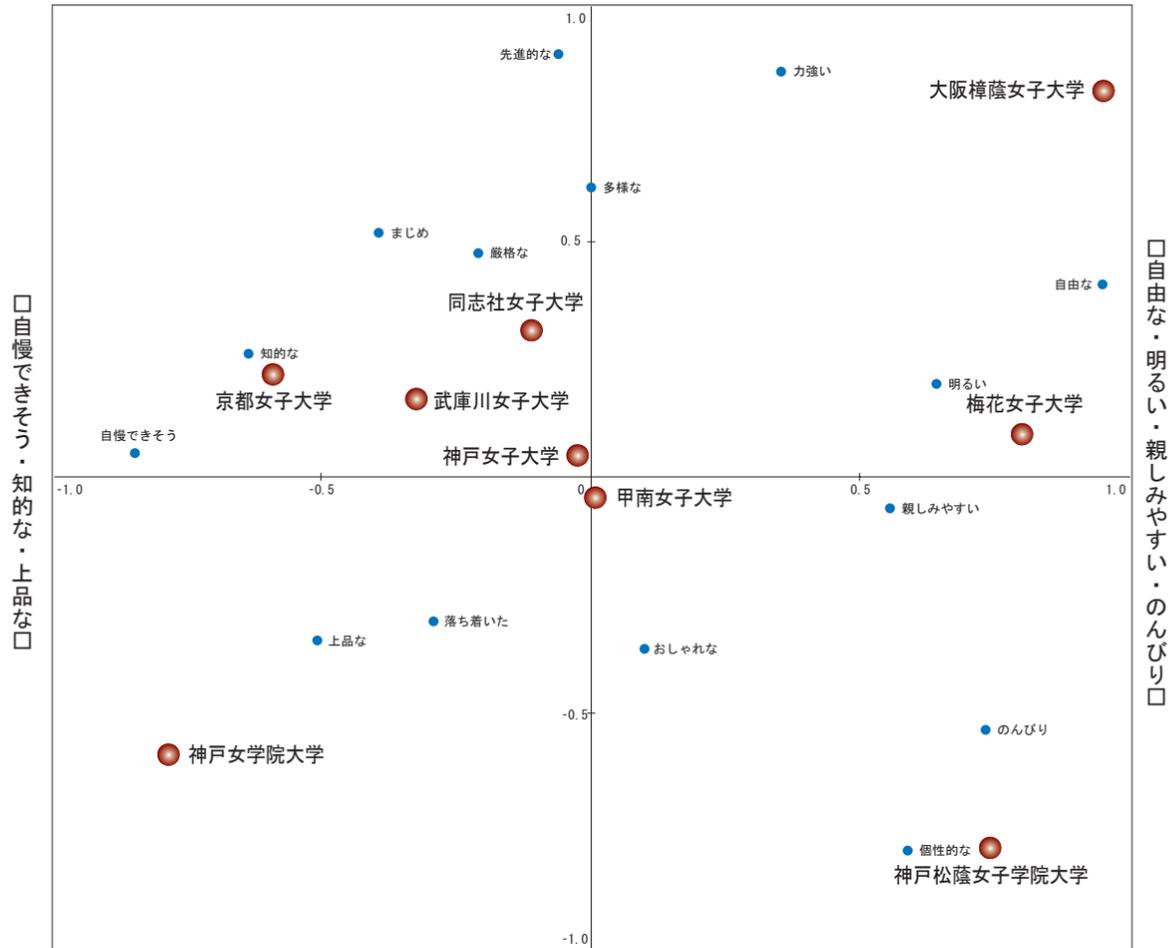


3 関西女子大グループ (女子ベース)

感性的価値15項目についてのポジショニングマップ

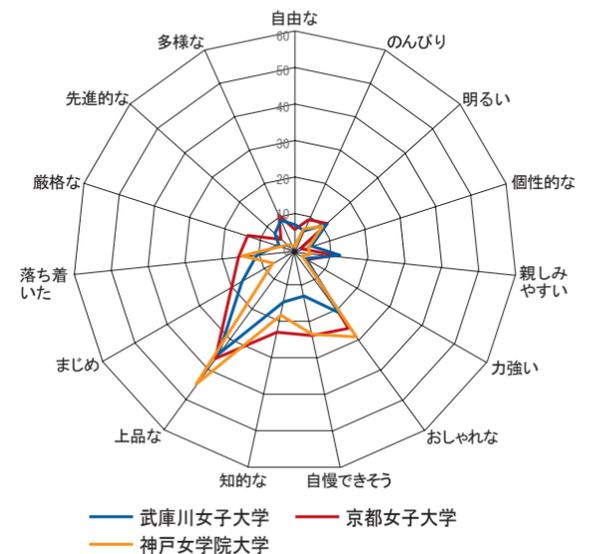
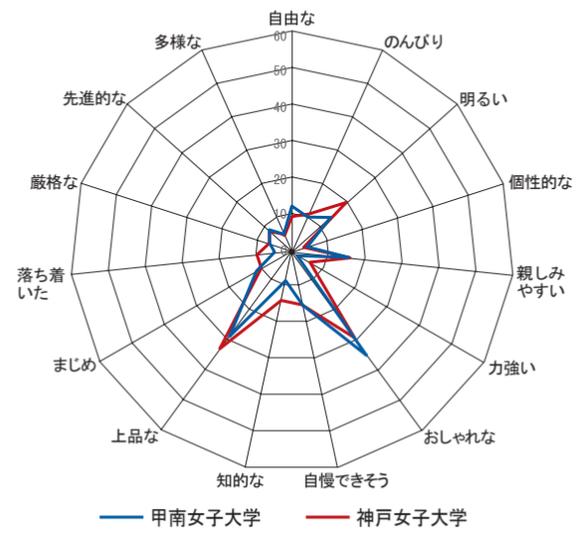
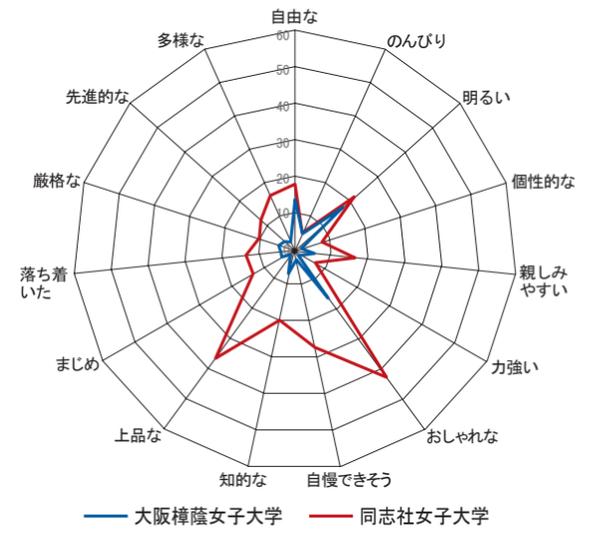
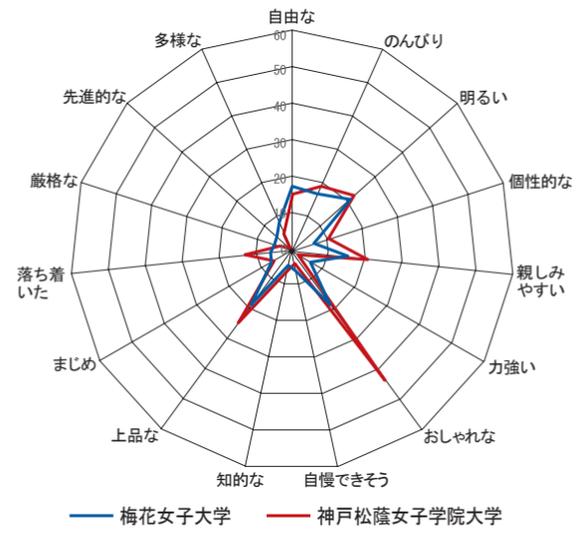
【先進的な・力強い・多様な】

	寄与率	累積寄与率
軸1	0.55	0.55
軸2	0.19	0.75



【個性的な】

軸1		軸2	
大阪樟蔭女子大学	0.952	自由な	0.952
梅花女子大学	0.801	のんびり	0.737
神戸松蔭女子学院大学	0.730	明るい	0.641
甲南女子大学	0.012	個性的な	0.586
神戸女子大学	-0.021	親しみやすい	0.555
同志社女子大学	-0.108	力強い	0.357
武庫川女子大学	-0.323	おしゃれな	0.103
京都女子大学	-0.587	多様な	0.002
神戸学院大学	-0.782	先進的な	-0.056
		厳格な	-0.211
		落ち着いた	-0.294
		まじめ	-0.389
		上品な	-0.503
		知的な	-0.632
		自慢できそう	-0.844
大阪樟蔭女子大学	0.818	先進的な	0.894
同志社女子大学	0.315	力強い	0.854
京都女子大学	0.231	多様な	0.617
武庫川女子大学	0.172	まじめ	0.515
梅花女子大学	0.096	厳格な	0.474
神戸女子大学	0.049	自由な	0.404
甲南女子大学	-0.032	知的な	0.262
神戸学院大学	-0.590	明るい	0.191
神戸松蔭女子学院大学	-0.797	自慢できそう	0.058
		親しみやすい	-0.062
		落ち着いた	-0.308
		上品な	-0.344
		おしゃれな	-0.367
		のんびり	-0.540
		個性的な	-0.793

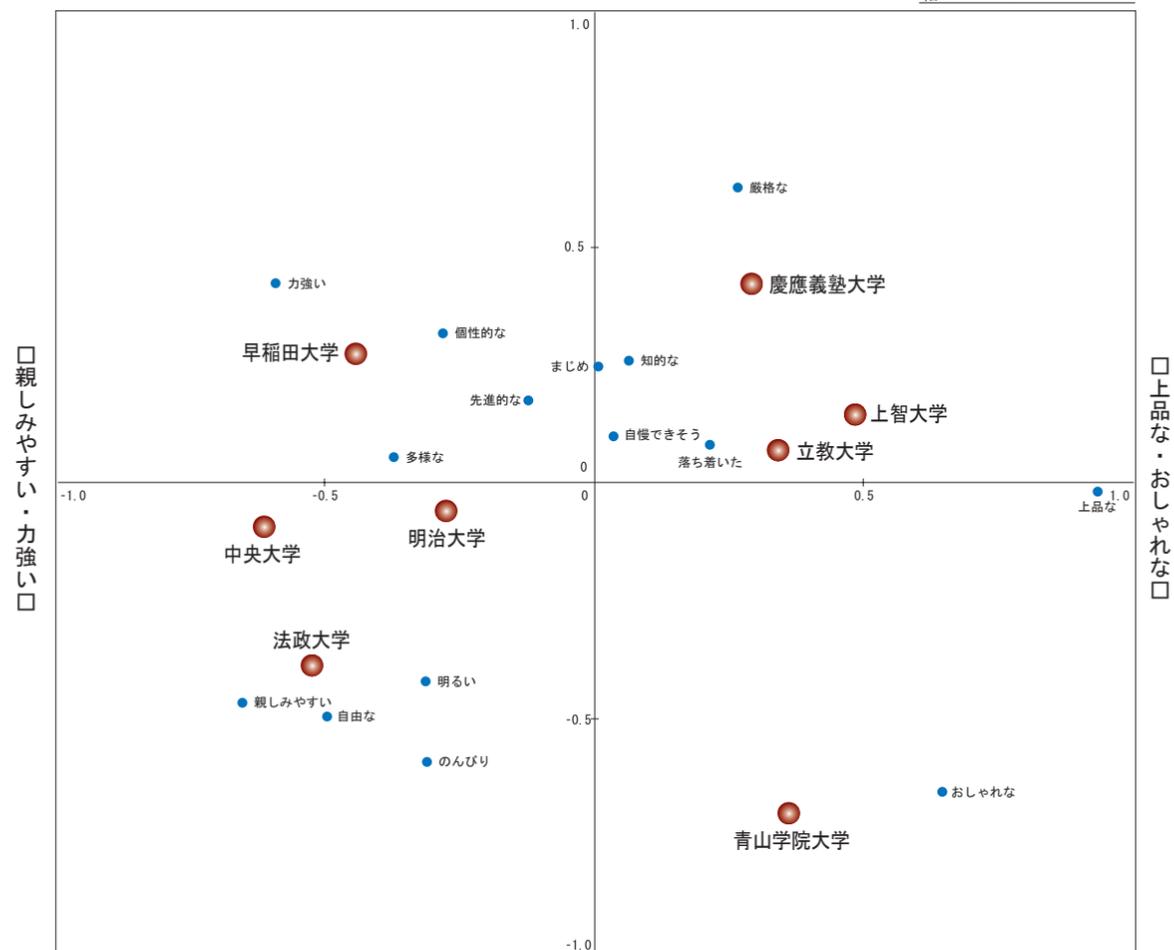


4 関東難関私大グループ

感性的価値15項目についてのポジショニングマップ

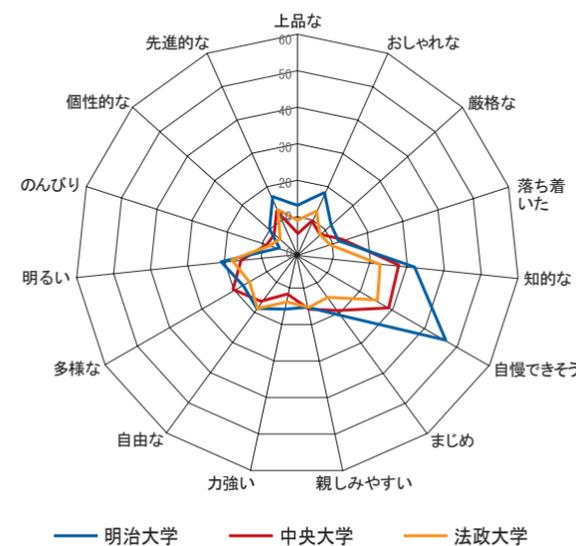
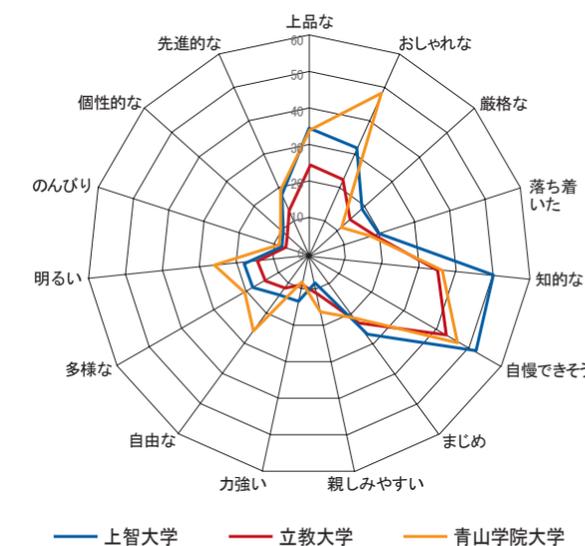
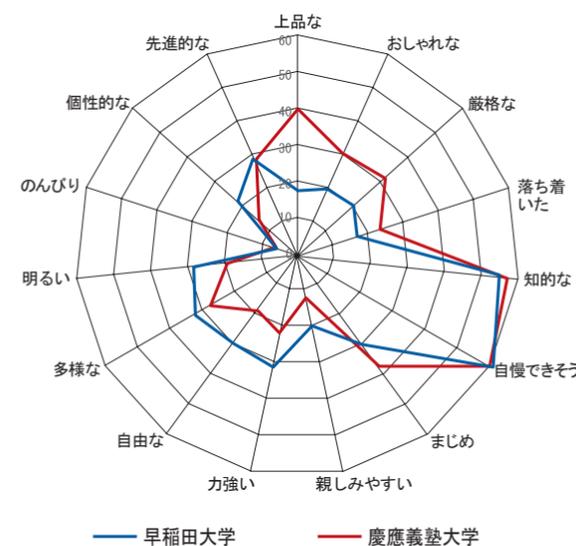
【厳格な】

	寄与率	累積寄与率
軸1	0.56	0.56
軸2	0.29	0.85



【おしゃれな・のんびり・自由な】

軸1		軸2	
上智大学	0.481	上品な	0.937
青山学院大学	0.366	おしゃれな	0.646
立教大学	0.341	厳格な	0.266
慶應義塾大学	0.291	落ち着いた	0.216
明治大学	-0.275	知的な	0.067
早稲田大学	-0.447	自慢できそう	0.036
法政大学	-0.522	まじめ	0.008
中央大学	-0.614	先進的な	-0.121
		個性的な	-0.284
		のんびり	-0.308
		明るい	-0.313
		多様な	-0.369
		自由な	-0.495
		力強い	-0.592
		親しみやすい	-0.649
慶應義塾大学	0.414	厳格な	0.621
早稲田大学	0.273	力強い	0.418
上智大学	0.143	個性的な	0.312
立教大学	0.065	知的な	0.254
明治大学	-0.062	まじめ	0.241
中央大学	-0.093	先進的な	0.171
法政大学	-0.390	自慢できそう	0.095
青山学院大学	-0.698	落ち着いた	0.075
		多様な	0.051
		上品な	-0.022
		明るい	-0.426
		親しみやすい	-0.471
		自由な	-0.501
		のんびり	-0.601
		おしゃれな	-0.661

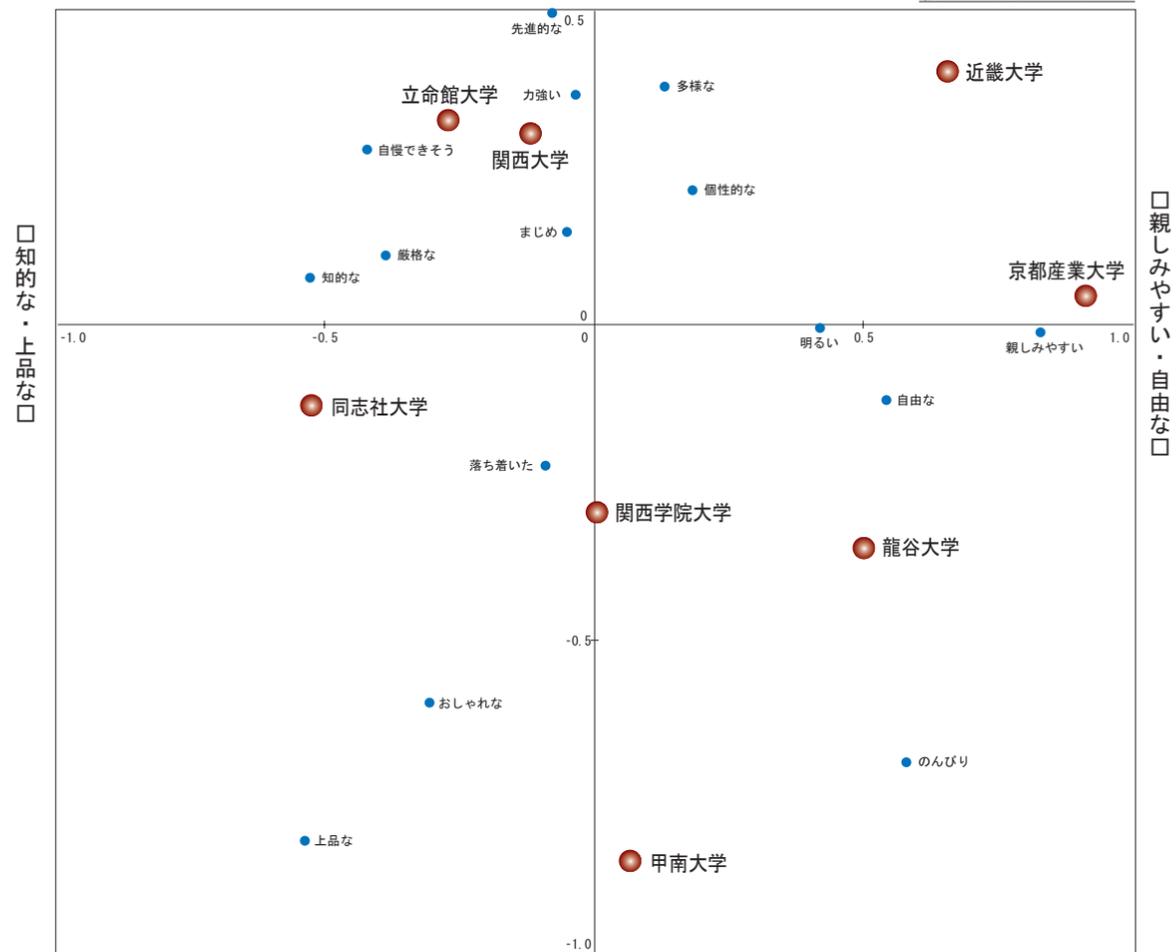


5 関西難関私大グループ

感性的価値15項目についてのポジショニングマップ

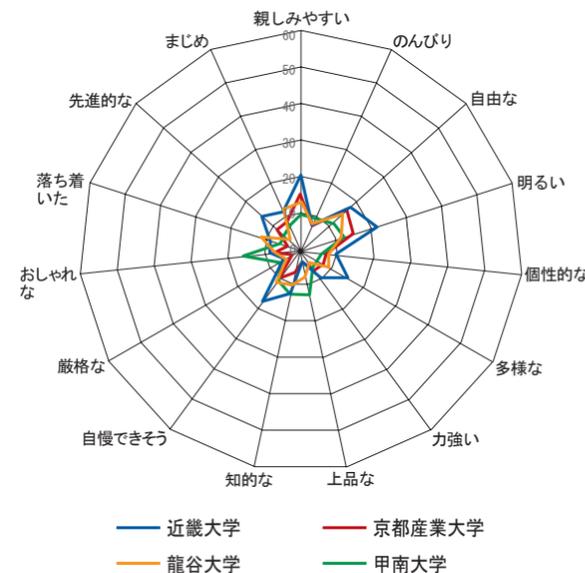
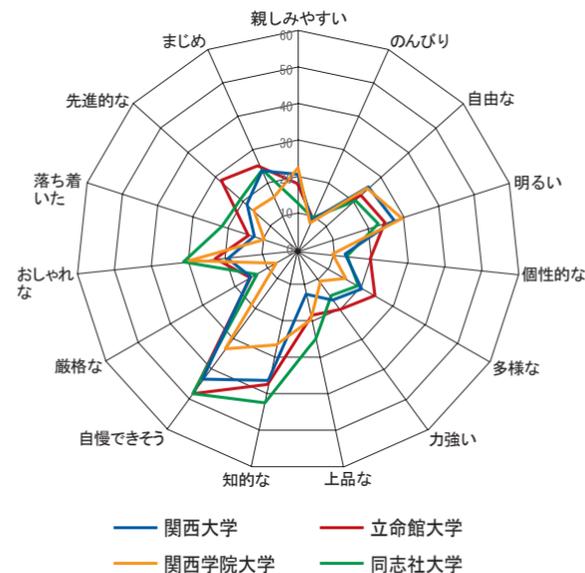
【先進的な・多様な】

	寄与率	累積寄与率
軸1	0.51	0.51
軸2	0.25	0.76



【おしゃれな・のんびり・上品な】

軸1		軸2	
京都産業大学	0.910	親しみやすい	0.835
近畿大学	0.656	のんびり	0.580
龍谷大学	0.499	自由な	0.547
甲南大学	0.067	明るい	0.422
関西学院大学	0.007	個性的な	0.185
関西大学	-0.119	多様な	0.137
立命館大学	-0.270	力強い	-0.033
同志社大学	-0.525	まじめ	-0.053
		先進的な	-0.077
		落ち着いた	-0.095
		おしゃれな	-0.305
		厳格な	-0.385
		自慢できそう	-0.415
		知的な	-0.523
		上品な	-0.540
		近畿大学	0.400
		立命館大学	0.330
		龍谷大学	0.302
		京都産業大学	0.047
		同志社大学	-0.125
		関西学院大学	-0.294
		龍谷大学	-0.356
		甲南大学	-0.851
		先進的な	0.496
		多様な	0.377
		力強い	0.362
		自慢できそう	0.280
		個性的な	0.214
		まじめ	0.146
		厳格な	0.110
		知的な	0.073
		明るい	-0.006
		親しみやすい	-0.016
		自由な	-0.124
		落ち着いた	-0.223
		おしゃれな	-0.602
		のんびり	-0.697
		上品な	-0.822



実施概要

調査方法

リクルート登録会員による郵送調査+インターネット調査
 (※郵送調査での回答者属性の偏り補正を目的に、郵送調査では回収しにくかった高校生に実施)

調査期間

・郵送調査 2007年6月12日(火)~6月25日(月)
 ・インターネット調査 2007年6月14日(木)~6月28日(木)

調査の実施概要

地域	調査方法	調査対象校数	サンプル数
関東	・リクルートが保有するリストによる郵送調査 ・インターネット調査	・大学 281校	8,795件 ・郵送 6,234件 ・インターネット 2,561件
		・短期大学 51校 ・専修学校・各種学校 154校	
関西	・リクルートが保有するリストによる郵送調査 ・インターネット調査	・大学 192校	4,627件 ・郵送 3,475件 ・インターネット 1,152件
		・短期大学 69校 ・専修学校・各種学校 156校	
東海	・リクルートが保有するリストによる郵送調査 ・インターネット調査	・大学 160校	3,111件 ・郵送 2,275件 ・インターネット 836件
		・短期大学 55校 ・専修学校・各種学校 141校	
北陸	・リクルートが保有するリストによる郵送調査 ・インターネット調査	・大学 122校	648件 ・郵送 477件 ・インターネット 171件
		・短期大学 55校 ・専修学校・各種学校 23校	