

「学士力」を軸とする新たな「教育力」広報の構築

——同志社大学との比較分析を通じて

川口 隆一 (総務部広報課課長補佐)

伊藤 昇 (大学行政研究・研修
センター専任研究員)

石坂 和幸 (総務部次長)

細野由紀子 (総務部広報課課長)

I. 研究の背景

1. 「大学間競争と大学ブランド
2. 「学生にどのような力をどれだけ身につけさせることができた(る)のか」
3. 大学ランキングにおける教育力の指標

II. 研究の目的

III. 研究の方法

1. 「学士力」の重視
2. 競合大学を設定した調査分析
3. 先進的取組みを行う大学の事例調査
4. 大学生が学びに求めているものについての調査
5. 立命館大学の教育システムなどの「学士力」項目における“あてはめ”の検討

IV. 調査・分析結果

1. 既刊『大学ランキング』における「教育力」項目の分析—リクルート『カレッジマネジメント』147「進学ブランド力調査2005～2007」

2. 「学士力」項目からみる両大学の同系の学部の広報の比較

3. 新聞記事(ニュースリリース)から見た教育力
4. 他大学の先進事例—金沢工業大学の教育力広報
5. 大学生が学びに必要と考える能力や態度
6. 立命館大学の教育システムが「学士力」項目をどの程度満たしているかを見るための、「学士力」項目における“あてはめ”の検討

V. 調査のまとめ

VI. 政策提起

1. 「教育力」広報の基本としての「+Rベシック」(仮)
2. 教育力を重視したコミュニケーション活動
3. 在学生への広報活動の強化

VII. 残された検討課題

1. ネット上の対応
2. 地元・京都(関西)戦略

I. 研究の背景

1. 大学間競争と大学ブランド

18歳人口の減少、教育研究の国際化、大学評価など、大学を取り巻く環境が変化し大学間競争が激化している。その中で私立大学の二極化が進んでいる。例えば、2008年度の入試動向を見ると、私立大学328大学の総志願者数は2,438,358人であった。その37%が、数では僅か4%にしかすぎない12の私立大学に集中している(表1)。財務面でも有力私立大学は優良企業並みの格付けを得る一方で、2006年度には私立大学の総志願者数の約40%を占める222校で定員割れが起きている。しか

も、日本私立学校振興・共済事業団の調査では98学校法人が「経営困難」とされ、その中の15学校法人が「いつ潰れてもおかしくない」と判定されている。

今後、二極化の上位に位置する私立大学においても、学生の質と量の確保をめぐり、「良質な教育の提供」「研究力」「国際競争力」など、大学のこれらの取組みと成果が、そしてそれらの総体としての大学の「ブランド力」が問われることになる。

2. 「学生にどのような力をどれだけ身につけさせることができた(る)のか」

「全入時代」といわれ、大学・短大等現役進学率が

表1 12私大の近年の志願者数の推移

| | 2004年度 | 2005年度 | 2006年度 | 2007年度 | 2008年度 |
|--------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 立命館大学 | 105,407 | 98,160 | 93,546 | 98,761 | 95,600 |
| 青山学院大学 | 37,991 | 41,103 | 47,829 | 45,550 | 47,210 |
| 慶應義塾大学 | 43,277 | 42,250 | 46,328 | 47,697 | 53,316 |
| 上智大学 | 22,204 | 221,395 | 23,809 | 23,997 | 23,799 |
| 中央大学 | 68,611 | 66,372 | 60,822 | 65,885 | 81,981 |
| 法政大学 | 86,199 | 73,343 | 72,051 | 90,216 | 97,017 |
| 明治大学 | 76,194 | 77,129 | 84,526 | 102,451 | 108,946 |
| 立教大学 | 43,996 | 46,646 | 58,714 | 67,505 | 71,382 |
| 早稲田大学 | 113,553 | 107,995 | 112,893 | 125,647 | 125,249 |
| 同志社大学 | 31,035 | 38,271 | 43,011 | 46,315 | 50,218 |
| 関西大学 | 72,111 | 79,073 | 82,949 | 101,451 | 93,701 |
| 関西学院大学 | 34,471 | 36,869 | 45,204 | 49,108 | 49,977 |
| 合計 | 735,049 | 728,606 | 771,682 | 864,583 | 898,396 |

* 2008年度の数はいくつか木ゼミナール「私立大学の出願結果（4/8）」より抽出

52.9%（旺文社教育情報センター 平成20年調べ）にのぼる中で、大学の教育の質、学生の卒業時の質が社会的に大きな注目を集めている。文部科学省中央教育審議会大学分科会制度・教育部会の学士課程教育のあり方に関する小委員会は、その審議のまとめ「学士課程教育の構築に向けて」（2008年3月25日）で「学士力」を提言し、大学卒業時に身につけるべき力量の項目を示している。経済産業省でもほぼ同じ意図で「社会人基礎力」を提起している。

読売新聞社では、これらの教育の質を問う動きに呼応して、大学に「学習支援策」、「FDの取り組み」、「教育成果の確認」について「実施状況／有効性」を問うアンケート調査を行った。さらにその中で、定員数に対する在学学生数、設置基準教員数に対する専任教員数、標準修業年限卒業率、学生評価実施率、教師力表彰制度など教育体制や教育向上をはかる取組を問うている。そして、アンケートの集約を「大学の實力」と銘打って紙面に掲載した（2008年7月21日）。このアンケートの項目は読売新聞が考える大学の教育の、「實力」のすべてではないが、その主要なものであると考えることができる。

これまで偏差値、知名度、就職状況などの項目がいわゆる「大学ブランド」を形成してきた。今後、大学の教育力、つまり、学生にどのような力をどれだけ身につけさせることができた（る）かを、高校生、父母、広く社

会がわかりやすい形で広報していくことが、社会的評価を高め「大学ブランド」を形成・向上させるための主軸になることを示している。

3. 『大学ランキング』における教育力の指標

大学の教育の質をめぐって、今日、マスメディアがさまざまな指標を設定し、大学のランキングを発表している。

例えば、リクルートカレッジマネジメントの「進学ブランド力調査」（2007年11月12日）は、高校生が見ている（感じている）教育方針、教育内容、教授陣、教養・専門などの学力、国際センスや資格取得などを指標としている。『週刊東洋経済』の「本当に強い大学」（2008年10月18日）は、帰属収入に占める教育研究経費の割合、GP採択数、科研費獲得額、教員一人当たり学生数の四項目を「教育力」の指標としている。『サンデー毎日』の「進路指導教諭に聞いたイチ押しの大学」（2008年9月7日）は、進路指導教諭へのアンケート結果として教育力が高い大学、入学後生徒を伸ばしてくれる大学、制約がない場合に生徒に勧めたい大学のランキングを掲載している。朝日新聞社の『大学ランキング』（2008年5月1日）は、学長からの評価（教育分野）、高校からの評価（生徒に勧めたい）、教員一人当たり学生数、学生一人当たりIT環境、留学制度、大学院進学、

留学生数、外国人教員数などのランキングを示している。これらの様々な指標は、現在、大学教育の質をはかる共通の指標が見当たらないことから考えると考えられる。

これらの指標の特徴は、在学生から直接に大学の「教育力」とその成果を問う調査がないことである。もうひとつの特徴は、学生の卒業時の学力として提起された「学士力」の項目との関連性がないことである。今後、これらの指標化が予想される。従って「教育力」広報はこれらの動きを見越して開発する必要がある。

文部科学省や経済産業省が相次いで卒業時の学生や社会人として求められる力量を提起していることや、読売新聞社のアンケート調査の「大学の實力」の項目を見ても、今後、大学が4年間でどのような力を学生に身につけさせる（た）のかが、『大学ランキング』においても、あるいは大学をめぐるマスコミ報道でも注目されてくることは明らかである。そして、教育の質とその向上をめぐる有力な項目（指標）が、「学士力」の項目であり、その「細目」が中央教育審議会大学分科会制度・教育委員会学士課程教育のあり方に関する小委員会の審議のまとめ「学士課程教育の構築に向けて」の個々の提起となるであろう。

こうした動きを見据えると、大学には、父母や学生、受験生にわかりやすい形で、「学士力」の項目に沿った教育の取組みと成果を発信し、社会に教育の質を問うことが求められている。

II. 研究の目的

今後、大学は「教育力」をわかりやすく社会に発信し、「教育力ある大学」としての評価をよりいっそう高め、「大学ブランド」を形成・向上させることが必要である。同時に、「教育力」の発信は、日本の大学の「教育力」の交流ともなり大学全体の「教育力」の向上にも寄与することになる。そこで、本研究は、大学教育の質が注目される状況の中で、新たな「教育力」広報の政策を提起する。この広報政策は2007年に立命館大学が設定したタグライン「+R 未来を生み出す人になる。」^{注1)}の「+R」の内実、すなわち学生への「付加価値」を教育システムとプログラムの到達点と成果として社会に示すことになる。

III. 研究の方法

1. 「学士力」の重視

研究の背景で述べたように、現在、大学の「教育力」をはかる共通の指標は開発されていない。一方で、社会的には「学士力」「社会人基礎力」に代表されるように、卒業時の質の保証が注目されている。そこで、本研究では今後重視されるであろう「学士力」を軸に「教育力」広報の調査研究を行う。

2. 競合大学を設定した調査分析

一般的に政策を立案するためには、競合を明確に定め競合分析から現状と課題を導き出すことが重要である。競合分析の強みは、競合の取組みや到達に比して強みと弱みを具体的に明らかにし、課題を具体的に設定できるところにある。また、この作業は競合との「狭い比較分析」に終始する危険性があるが、作業を組織を取り巻く状況と課題あるいは各行政官庁の答申や提起など、社会的な広がりに関連の中で行えば、競合に一步先んじて機会や脅威を発見することができる。こうした競合分析は次に競合にも波及し、「ライバル」としての相互発展をもたらされることになる。

本研究では、大学の歴史・規模やこれまでの「立同」としての比較などを勘案し、競合に同志社大学を設定し調査分析を行う。

競合分析は以下の三つの側面から行う。

(1) 各種ランキングにおける既存の「教育力」項目の分析

公刊されている『大学ランキング』における「教育力」をはじめとする項目に関して両大学を比較し、年度ごとの推移を調査し、競合状況を押える。

(2) 「学士力」項目からみる両大学の広報の比較

「学士力」の項目から見る両大学の教育力の打ち出しについて、受験生向けの『大学案内』をもとに比較する。

(3) 新聞記事掲載件数の比較

「教育力」に関わる社会的発信の状況を見るために、「学士力」の打ち出しについて新聞記事の掲載内容を比較する。

3. 先進的取組みを行う大学の事例調査

「教育力ある大学」としてのイメージを持つ金沢工業大学の事例を調査し、その教訓と立命館大学の「教育力」広報の課題を明らかにする。

4. 大学生が学びに求めているものについての調査

今後、立命館大学が、社会が求める「教育力」に応え、真に教育力ある大学として発展し、その評価を高めていくためには、大学で学ぶ学生が教育に求めるものに応え、満足度を高める「教育力」の広報を展開しなければならない。そのために、学生が学びにおいて求めているものを調査する。「教育力」広報政策を学生の求めているものと「学士力」によりフィットさせようとするためである。

5. 立命館大学の教育システムなどの「学士力」項目における“あてはめ”の検討

立命館大学にある様々な教育システムやプログラムを「学士力」と学生の学びが求めているものとの関連性を検討し、「学士力」の項目に落とし込むマトリクスを作成する。これにより、体系的に教育システムやプログラムを「学士力」の修得と関連付けて広報できるようにする。

IV. 調査・分析結果

1. 既刊『大学ランキング』における「教育力」項目の分析—リクルート『カレッジマネジメント』147「進学ブランド力調査2005～2007」

リクルート『カレッジマネジメント』147「進学ブランド力調査2007」（2007年11月12日）の関西地区別集計から、「教育力」にかかわる立命館大学と同志社大学の過去三カ年のランキング順位を比較した（表2）。集計は関西地区1位を20点とし、以降順位が一つ下がることに1点減点し、20位を1点とし、それ以下は0点とした。教育1は、教育にかかわる大学の取組みを、教育2はその結果、学生が習得しているものを示している。これらは高校生の感覚であるが、大学の一つの「評価」である。網掛けは2005年度～2007年度の調査で本学が同志社大学に比べて高い得点を示している項目である。

2007年度では5つの項目で同志社大学より高いスコアを獲得している。2006年度は同志社大学のスコアが高いが、傾向としては、本学が追いつき、追い越しつつあるということがいえる。「教育内容のレベルが高い」「教養が身につく」「国際的なセンスが身につく」という項目では同志社大学のスコアが高い。特に今日、教養教育や教育研究の国際化が叫ばれているときに、「教育方針が魅力的である」、「教授・講師陣に魅力的な人がいる」といった項目では高いスコアを得ている本学としては、

表2 立命館大学と同志社女子の「教育力」にかかわるランキング比較

| | | 立命館 | | | 同志社 | | | 関西 | | | 関学 | | |
|-----|-------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| | | 2007 | 2006 | 2005 | 2007 | 2006 | 2005 | 2007 | 2006 | 2005 | 2007 | 2006 | 2005 |
| 教育1 | 教育方針が魅力的である | 19 | 16 | 17 | 13 | 19 | 18 | 17 | 10 | 12 | 10 | 14 | 15 |
| | 教育内容のレベルが高い | 13 | 13 | 14 | 15 | 17 | 18 | 14 | 11 | 10 | 7 | 10 | 9 |
| | 教授・講師陣に魅力的な人がいる | 14 | 12 | 13 | 11 | 16 | 10 | 15 | 2 | 11 | 12 | 6 | 7 |
| | 学生の学力が高い | 14 | 14 | 13 | 15 | 17 | 15 | 13 | 8 | 9 | 8 | 10 | 11 |
| | (小計) 平均点 (平均点の順位) | 60 15.0 6.0 | 55 13.8 7.3 | 57 14.3 6.8 | 54 13.5 7.5 | 69 17.3 3.8 | 61 15.3 5.8 | 59 14.8 6.3 | 31 7.8 13.3 | 42 10.5 10.5 | 37 9.3 11.8 | 40 10.0 11.0 | 42 10.5 10.5 |
| 教育2 | 教養が身につく | 11 | 7 | 8 | 13 | 16 | 11 | 2 | 4 | | 1 | 12 | 1 |
| | 社会で役立つ力が身につく | 11 | | 7 | 10 | 14 | 12 | 13 | 5 | 1 | 16 | | 3 |
| | 国際的なセンスが身につく | 10 | 6 | 13 | 12 | 8 | 10 | 3 | | | 8 | | 12 |
| | 自分の興味や可能性を広げてくれる | 19 | 6 | 6 | 16 | 12 | | 17 | 7 | | 15 | 11 | 16 |
| | 資格取得に有利である | 5 | | | 3 | | | 4 | | | | | |
| | 専門分野を深く学べる | | | | | | | | | | | | |
| | (小計) 平均点 (平均点の順位) | 56 9.3 11.7 | 19 3.2 17.8 | 34 5.7 15.3 | 54 9.0 12.0 | 50 8.3 12.7 | 33 5.5 15.5 | 39 6.5 14.5 | 16 2.7 18.3 | 1 0.2 20.8 | 40 6.7 14.3 | 23 3.8 17.2 | 32 5.3 15.7 |
| 合計 | 116 9.4 | 74 13.6 | 91 11.9 | 108 10.2 | 119 9.1 | 94 11.6 | 98 11.2 | 47 16.3 | 43 16.7 | 77 13.3 | 63 14.7 | 74 13.6 | |

リクルート『カレッジマネジメント』「進学ブランド力調査2005～2007」より

これらを「教養」「国際的」のイメージに結びつけ、具体的に高校生に届く広報政策が必要である。

2. 「学士力」項目からみる両大学の同系の学部の広報の比較

「学士力」の項目から立命館大学と同志社大学の教育力の打ち出しについて、受験生向けの『2009年度版大学案内』をもとに比較した結果が表3である。集計は、立命館大学と同志社大学に同系の学部がある法学部・文学部・産業社会学部（社会学部）・政策科学部（政策学部）、経済学部、理工学部、生命科学部（生命医科学部）の7学部（括弧内は同志社大学の学部名称）について「学士力」の項目について、A（具体的に身につける力として人材育成像などに記述している）、B（学生に身につけさせるための仕組みについて明記している）、C（目標や実績を数値で明記している）、E（表記なし）の4つに分類し、A～Cの項目の合計数を算出した。

大学案内の比較における特徴は以下のとおりである。

第一の特徴は、大学案内における学部紹介の構成要素は「学部が目指す人材育成像」、「学ぶ分野の紹介」「カリキュラム表」「予想される進路」「授業紹介」「卒業生の声」で構成されているが、それらは「学士力」の項目に答えるものとはなっていない。

第二に、両大学ともに、「汎用的技術」の項目における記述が数多く見られる一方で「知識・理解」や「態度・志向性」「統合的な学習経験と創造的思考力」における記述はほとんど見当たらない。立命館大学ではコミュニケーションスキルに、同志社大学では問題解決力の項目に多くの学部の記述がある。

第三に、立命館大学では文学部のリテラシー教育や産業社会学部の少人数教育、経済学部のアカデミックライティングなどの授業を通じて日本語のコミュニケーションスキルを身に付けることを明記している。また、目標を数値で設定している項目では経済学部の経済学科でTOEIC-IPのスコア400点、国際経済学科でTOEIC-IPのスコア550点あるいはTOEFLE-ITPのスコア480点と明

表3 大学内における「学士力」の打ち出し

■立命館大学と同志社大学 大学案内に見る「学士力」項目の打ち出し

<大学案内2009年度版>

| | | | | 立命館大学 | | | 同志社大学 | | | |
|---------|-----------------|---|---|---|---|---|-------|---|---|---|
| 身につける能力 | 内容① | 内容② | 内容③ | A | B | C | A | B | C | |
| 学士力 | 知識・理解 | 専攻する特定の学問分野における基本的な知識を体系的に理解するとともに、その知識体系の意味と自己の存在を歴史・社会・自然と関連付けて理解する | 多文化・異文化に関する知識の理解 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | | 人類の文化、社会と自然に関する知識の理解 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | | |
| | 汎用的技能 | 知的活動でも職業生活や社会生活でも必要な技能 | コミュニケーション・スキル | 日本語を用いて、読み、書き、聞き、話すことができる。 | 4 | 2 | 1 | 2 | 0 | 0 |
| | | | 特定の外国語を用いて、読み、書き、聞き、話すことができる。 | 4 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | |
| | | | 数量的スキル | 自然や社会的事象について、シンボルを活用して分析し、理解し、表現することができる。 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| | | | 情報リテラシー | 多様な情報を適正に判断し、効果的に活用することができる。 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | | 論理的思考力 | 情報や知識を複眼的、論理的に分析し、表現できる。 | 2 | 1 | 0 | 2 | 0 | 0 |
| | 態度・志向性 | — | 問題解決力 | 問題を発見し、解決に必要な情報を収集・分析・整理し、その問題を確実に解決できる。 | 1 | 0 | 0 | 6 | 2 | 0 |
| | | | 自己管理能力 | 自らを律して行動できる。 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | | チームワーク、リーダーシップ | 他者と協調・協働して行動できる。また、他者に方向性を示し、目標の実現のために動員できる。 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | | 倫理観 | 自己の良心と社会の規範やルールに従って行動できる。 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| | | | 市民としての社会的責任 | 社会の一員としての意識を持ち、義務と権利を適正に行使しつつ、社会の発展のために積極的に関与できる。 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 統合的な学習経験と創造的思考力 | これまでに獲得した知識・技能・態度などを統合的に活用し、自らが立てた新たな課題にこれらを適用し、その課題を解決する能力 | 生涯学習力 | 生涯学習力卒業後も自律・自立して学習できる。 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | | これまでに獲得した知識・技能・態度等を総合的に活用し、自らが立てた新たな課題にそれらを適用し、その課題を解決する能力。 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |

<評価の基準>

- A・・・具体的に身につける力として人材育成像などに記述している
- B・・・学生に身につけさせるための仕組みについて明記している
- C・・・目標や実績を数値で明記している
- E・・・表記なし

記している。

第四に、同志社大学では6つの学部で「問題解決能力」が明記されており、文学部では外国語でのコミュニケーション力の項目でTOEFL550点相当の能力の習得を目指す明記があった。

『2009大学案内』は2008年度に作成されたものであり、まだ「学士力」を十分意識して編集されたものではないと考えられる。しかしながら、「学士力」が提起され、大学の教育の質や教育力が議論されている今日、「学士力」の項目を十分意識し、それになんらかの形でこたえるように『大学案内』を編集する必要がある。

3. 新聞記事（ニュースリリース）から見た教育力

「教育力」に関わる社会的発信の状況をみるために、「学士力」項目に関わる打ち出しについて、立命館大学と同志社大学の過去6カ月間の新聞掲載記事を比較したものが表4-1, 4-2である。ここでは、「在学生の学びの取組み、講義紹介、教育制度の紹介、卒業生の活躍」に絞って抜粋した。

新聞の記事においては、立命館大学の記事数が、どの分野においても同志社大学より多くなっている。立命館大学は連続講義の掲載が講義紹介で大きな数を占めているが、それを除いても、「講義紹介」や「在学生の学びの取組み」の項目において差がある。これらの記事は、今日、“出来事”だけでなく、その中でその教育目的や教育システムなど「教育力」の記事になるよう材料を提供する工夫が必要である。

教育制度そのものについては、両大学とも、記事として取り上げられることは少ない。教育制度そのものは、一般に社会的関心になりにくいことを示している。しかし、これを学生の学ぶ姿や成果と絡ませてリリースするなどの工夫も必要である。

一方で「在学生の地域での学び」や「在学生のアイデアによる商品化」等は記事になりやすい。これらのニュースについては「学士力」でいう「問題解決力」「リーダーシップ」「市民としての社会的責任」「統合的な学習経験と創造的思考力」を打ち出すのに効果的である。単に「学生ネタ」にとどめることなく、これらの視点についても記事の中で触れられるようにその内容を発信する工夫も必要である。

パブリシティは、その情報の客観性や社会の信憑性も大きい。広報としての情報提供がその成否を左右する。

大学の取組み情報は、人ネタだけではなく、教育の取組みなどを、例えば中央教育審議会大学分科会制度・教育部会学士課程教育のあり方に関する小委員会の審議のまとめ「学士課程教育の構築に向けて」の個々の提起との関連を明確にして提供するなど、情報の価値を高める工夫が必要である。また、文部科学省や他大学の動きとそれらの報道、さらには雑誌の特集など、大学への関心の社会の動向を見極め、情報発信のタイミングをはかり、情報的的確性、適時性、新鮮性を高める。このような工夫を重ね効果的なパブリシティを強化することが必要である。

4. 他大学の先進事例—金沢工業大学の教育力広報

「教育力」の高い大学として昨今、高い評価を得ている大学の事例として、金沢工業大学があげられる。

同大学は、朝日新聞社『大学ランキング』では、「学長からの評価」の教育分野で、4年連続第1位と評価されている。その理由は、「教育付加価値日本一の大学」を目指し、教育目標とその到達までのプロセスが明確であることにある。

具体的には、学生が身につける力を「総合力（学力×人間力）」として明確にし、さらに総合力を構成する力量を明確にしたうえで^{注2)}、目標とする力量を獲得するまでの学習プロセスを独自に設定して^{注3)}、丁寧な支援により学生の成長を実現しようとしている。（なお、ここでいう「人間力」とは、各企業が採用の際に重要視している「人間力」を指している）。

そして、学生たちには、各自到達目標を掲げさせ、その到達段階を自らはかれるような学習システムを導入している。このシステムによって、学生が高いモチベーションを維持しながら成長できる環境を整えている。

また、2008年度より改良したシラバス（同大学では「学習支援計画書」）においても、個々の授業において「総合力」がどのように充実していくのかがわかるよう、総合力の各項目との関わりを参考指標として盛り込んでいる。

さらに、大学案内や、受験生向けのWebサイト、広告物など、すべての媒体において、このシステムを中心としてわかりやすく「教育」力量を発信し続けている。一つひとつの教育コンテンツをこのシステムの文脈のなかで一貫性を持って継続して語ることによって、信頼を得、現在の「教育力の高い」「教育に手厚い」との評価

「学士力」を軸とする新たな「教育力」広報の構築（川口・伊藤・石坂・細野）

表 4-1 立命館大学の新聞掲載記事

■立命館大学の学びに関する特徴的な記事（期間：2008年5月1日～2008年10月30日、「在学生の学びの取り組み、講義紹介、教育制度の紹介、卒業生の活躍」）

| 内容 | 見出し | 掲載日・掲載紙・文字数など |
|-------------|---|---|
| 在学生の学びの取り組み | 京の人今日の人：「そらたね祭」実行委員長・岡田道明さん／京都 | 2008/10/29, 毎日新聞 地方版, 22ページ, 181文字 |
| | 中東の「今」を報告 31日に学生シンポ 立命館大 | 2008/10/28, 産経新聞 大阪朝刊, 25ページ |
| | 企画、学生が担当 やませいまつり 2日、山科青少年センター 料理コンテストや巨大迷路 「創意工夫した。親子で楽しんで」 | 2008/10/28, 京都新聞朝刊, 20ページ, 601文字 |
| | 女子大生 遊び心くすぐる手帳 恋愛、ファッション…説明書付き 立命大生プロデュース 白かき調 「好みにアレンジして」 | 2008/10/27, 京都新聞夕刊, 8ページ, 713文字 |
| | 世界の貧困を考えよう あす中京でイベント ホームレス支援の討論も | 2008/10/24, 京都新聞朝刊, 24ページ, 273文字 |
| | 町家 PDA手に確認 京都市と立命大など 全戸の調査始まる | 2008/10/20, 京都新聞朝刊, 21ページ, 402文字 |
| | 屋上緑化菜園で起業 立命館大生が取り組み 学食レストランに出荷＝京都 | 2008/10/19, 大阪読売新聞 朝刊, 31ページ, 写, 645文字 |
| | 乳がん検診の灯 京都タワーPR | 2008/10/12, 大阪読売新聞 朝刊, 36ページ, 写, 276文字 |
| | 初の女性官警「自覚と誇り持って鍛える」 舞鶴の海上保安学校入学式 | 2008/10/11, 京都新聞朝刊, 30ページ, 386文字 |
| | インターシップ：立命館大生2人が報道現場体験 毎日新聞北陸総局で6日間／石川 | 2008/09/23, 毎日新聞 地方版, 21ページ |
| | 江戸文化から読み解く 立命館大の石上阿希さん 春画で初の博士号取得 | 2008/09/08, 京都新聞朝刊, 7ページ, 920文字 |
| | 4人の大生 “取材デビュー” 中京区の朝日新聞京都総局で記者体験／京都 | 2008/09/04, 朝日新聞 朝刊, 30ページ |
| | 文化財ガイド体験 木津川 立命大生 地域の課題発見へ | 2008/08/27, 京都新聞朝刊, 20ページ |
| | 夏休み終盤 思い出づりバッチリ 工作の宿題も完ぺき？ 華津 ソーラーカーや模型飛行機製作 学生企画 児童ら体験教室 | 2008/08/24, 京都新聞朝刊, 26ページ, 338文字 |
| | よう北野まつり：地域住民交流の場へ…学生ら手作り 北野天満宮でにぎわう／京都 | 2008/08/17, 毎日新聞 地方版, 27ページ, 501文字 |
| | 立命館大がメイキング映像制作 映画「天国はまた遠く」 15、16日 宮津で上 | 2008/08/12, 京都新聞夕刊, 7ページ, 381文字 |
| | 人気バンド「くるり」の魅力、オールナイトで 立命大映像学部 9日、南区で 手作り映画会開催 | 2008/07/31, 京都新聞朝刊, 29ページ, 479文字 |
| | 地域の祭り 若者が盛り上げ 2日に下京・有隣学院 巨大迷路 学生手作り 地元生もコーナー企画 幅広い層楽しんで | 2008/07/30, 京都新聞朝刊, 21ページ, 603文字 |
| | 立命館大講義「日本文化の潮流を求めて」 漫画家・牧野圭一さん | 2008/07/29, 大阪読売新聞 夕刊, 6ページ, 写, 1510文字 |
| | ワークショップ：映ってる！動いてる！ 子供ら映画作りに挑戦／京都 | 2008/07/24, 毎日新聞 地方版, 19ページ, 639文字 |
| 講義紹介 | 第4期全国知事リレー講座 谷本知事が講演 県の温暖化対策紹介＝石川 | 2008/10/31, 東京読売新聞 朝刊, 26ページ, 写, 1324文字 |
| | 「平和への意識高めたい」 立命館大非常勤講師、教員目指す学生に独自講義／滋賀県 | 2008/10/30, 朝日新聞 朝刊, 28ページ, 有, 772文字 |
| | 立命館大講義「日本文化の潮流を求めて」 京舞・井上八千代さん | 2008/10/28, 大阪読売新聞 夕刊, 8ページ, 写, 1412文字 |
| | 立命館大講義「日本文化の潮流を求めて」 宗教学者・山田哲雄さん | 2008/10/21, 大阪読売新聞 夕刊, 5ページ, 写, 1543文字 |
| | 立命館大でリレー講座 地方分権を井戸知事が熟弁行財政改革や道州制＝兵 | 2008/10/17, 大阪読売新聞 朝刊, 30ページ, 写, 1223文字 |
| | 中東情勢 関心を イスラエルの大学長講演立命大 | 2008/09/23, 京都新聞朝刊, 27ページ |
| | 立命館大に「茶の湯の心」 千玄室・前裏千家家元が講義＝京都 | 2008/09/03, 大阪読売新聞 朝刊, 26ページ |
| | 立命館大講義「日本文化の潮流を求めて」 下鴨神社宮司・新木直人さん | 2008/07/22, 大阪読売新聞 夕刊, 9ページ, 写, 1468文字 |
| | 立命館大講義「日本文化の潮流を求めて」 三重大名誉教授・酒井一さん | 2008/07/01, 大阪読売新聞 夕刊, 8ページ, 写, 1286文字 |
| | 立命館大講義「日本文化の潮流を求めて」 歌舞伎俳優・片岡秀太郎さん | 2008/06/17, 大阪読売新聞 夕刊, 8ページ, 写, 1463文字 |
| | 立命館大講義「日本文化の潮流を求めて」 料亭「菊乃井」主人・村田吉弘さん | 2008/06/10, 大阪読売新聞 夕刊, 8ページ, 写, 1480文字 |
| | 立命館大講義「日本文化の潮流を求めて」 落語家・桂三枝さん | 2008/05/27, 大阪読売新聞 夕刊, 5ページ, 写, 1679文字 |
| 教育制度の紹介 | 「大学・学ぶ力を育てる」(F) 高校生に授業、興味誘う(連載) | 2008/07/20, 大阪読売新聞 朝刊, 33ページ, 1063文字 |
| | 「教育ルネサンス」学生をつくる(7) 上級生が学び方を助言(連載) | 2008/06/11, 東京読売新聞 朝刊, 19ページ, 写, 1437文字 |
| | 新聞で学ぶ育成 立命館大、表現力や問題発見力磨く | 2008/05/27, 東京読売新聞 朝刊, 15ページ, 写, 631文字 |
| | メディア 京の3大学 映像学部学科設置から1年 「現場で学ぶ」 異なる持ち味 | 2008/05/19, 京都新聞朝刊, 10ページ, 1744文字 |
| 卒業生の活躍 | 大学の實力「教育力向上への取り組み」調査(下)その1＝特集 | 2008/07/21, 東京読売新聞 朝刊, 29ページ, 3811文字 |
| | ひとフォーカス 元子ども兵支援にかかわる 栗田佳典さん(21) 苦しむ人々の日常を知ってほしい | 2008/10/24, 京都新聞朝刊, 27ページ |
| | 夢むげんたい：不登校の子供の相談にのる、浅井正治さん／愛知 | 2008/07/13, 毎日新聞 地方版, 24ページ, 991文字 |

調査：日経テレコンに登録されている記事から「立命館大学」で検索
 総数：1345件
 掲載：2008年5月1日～2008年10月30日
 対象紙：日経新聞、朝日新聞、読売新聞、毎日新聞、産経新聞、京都新聞
 上記以外の主な項目：シンポジウム、スポーツ、企業人事、不祥事、教員コメント、研究成果の発表

表 4 同志社大学の新聞掲載記事

■同志社大学の学びに関する特徴的な記事（期間：2008年5月1日～2008年10月30日、「在学生の学びの取り組み、講義紹介、教育制度の紹介、卒業生の活躍」）

| 内容 | 見出し | 掲載日・掲載紙・文字数など |
|-------------|--|---|
| 在学生の学びの取り組み | 京田辺の商店街、同大生が元気づけ そうめん流しなど催し＝京都 | 2008/09/24, 大阪読売新聞 朝刊, 25ページ, 370文字 |
| | 薬料大生らのグループ、ラオスに小学校建設 「識字率向上を」＝多摩 | 2008/09/06, 東京読売新聞 朝刊, 33ページ, 写, 1113文字 |
| | 4人の大生 “取材デビュー” 中京区の朝日新聞京都総局で記者体験／京都 | 2008/09/04, 朝日新聞 朝刊, 30ページ, 有, 293文字 |
| | そこが知りたい! 新田辺商店街活性化プロジェクトチーム「EVO&revo」代表 田原明さん 結成半年、成果と課題は? | 2008/08/30, 京都新聞朝刊, 29ページ, 1144文字 |
| | 環境 世界と対話する 学生サミット 同大で報告会 | 2008/07/25, 京都新聞朝刊, 27ページ, 428文字 |
| | 私たちタフ・ネゴシエーター 同大組、世界コンペ2位 「日本人の力示せた」 | 2008/07/24, 京都新聞朝刊, 25ページ, 612文字 |
| | 水の大切さ訴え 雨水タンク設置同志社大で学生ら | 2008/07/19, 京都新聞朝刊, 28ページ, 432文字 |
| | (ひと) 森喜駿さん 伊賀鉄道の利用増目指す大生/三重県 | 2008/07/01, 朝日新聞 朝刊, 26ページ |
| | ひとフォーカス 「世界学生環境サミット in 京都」実行委員長 上杉祐都さん(20) 身近な省エネ考えるきっかけに | 2008/05/14, 京都新聞朝刊, 25ページ, 722文字 |
| | 講義紹介 | 該当なし |
| 教育制度の紹介 | 表現の楽しさ、同大生が「伝授」＝京都 | 2008/06/15, 大阪読売新聞 朝刊, 23ページ, 1175文字 |
| | 風の座標 障害学生支援 学ぶ環境を整えよう | |
| 卒業生の活躍 | 在日コリアン3世：朴大俊さん 弁護士になって2年、個人事務所開設／滋賀 | 2008/09/13, 毎日新聞 地方版, 21ページ, 975文字 |
| | (ひと交差点) 川中尚子さん 料理職歴生かし熟いチームに／滋賀県 | 2008/07/04, 朝日新聞 朝刊, 27ページ, 有, 542文 |
| | (ひと) 佐藤彰彰さん 日本歴代の女性歌人の詩歌集を米国で出版した | 2008/05/13, 朝日新聞 朝刊, 2ページ, 有, 611文字 |

調査：日経テレコンに登録されている記事から「同志社大学」で検索
 総数：1115件
 掲載：2008年5月1日～2008年10月30日
 対象紙：日経新聞、朝日新聞、読売新聞、毎日新聞、産経新聞、京都新聞
 上記以外の主な項目：シンポジウム、スポーツ、企業人事、不祥事、教員コメント、研究成果の発表

をつくりあげてきたと考えることができる。

金沢工業大学のこれらの取組みの教訓は、第一に教育目的あるいは目標の達成の学習プロセスを簡明なものとする、第二にそのプロセスにおける学生の学習と成長を学生自ら点検できる学習システムを設計する、第三にそれらの取組みを統合した「教育力」として一貫性と継続性をもって社会に情報発信する、こととまとめることができる。これらを「教育力」広報の教訓として学び取る必要がある。特に、第一と第二の教訓は教学機関との関係ですぐにできるものではないが、第三の教訓は工夫次第ですぐに取り組めるものである。これは「Ⅵ. 政策提起」で具体的に提起する。

5. 大学生が学びに必要と考える能力や態度

学生が学びのプロセスにおいて重視する項目について、既存の調査から学生が何を学びたいと考えているかを調べてみた。

一つは、立命館大学の「2007年度学友会新入生アンケート」である。その「分析報告」（2007年10月15日教育開発支援課、大学教育開発支援センター／2007年5月14日～2007年5月18日実施、対象：2007年度新入生）の中で新入生が講義に期待しているものを問う設問があり、その回答は図1である。

第一位の「幅広い教養（知識）」は、2005年度の3割弱から2007年度には4割弱へと増加し、第二位の「専門的な知識」は3割強で微減の傾向にあるようである。「学士力」の項目でいえば、これらは「知識・理解」と「総合的な学習経験と創造的思考力」に該当するものと

考えられるが、「2」の立命館大学、同志社大学の『大学案内』比較においては、両大学とも「E」（表記なし）である。

もう一つは、Benesse教育開発センターの平成17年度経済産業省委託調査「進路選択に関する振り返り調査——大学生を対象として——」である（図2）（2005年1月～2月実施、国の4年制大学に通う大学1年生～4年生約6500名）。これによると、「専門領域に重要な能力・態度」で「とても重要」「まあ重要」で6割以上がそう考えている項目は13あるが、上位1／3の項目は「学士力」の「汎用的技能」であり、中ほどの1／3は同じく「態度・志向性」であり、下位1／3は両者の混在と大きく括ることができる。これらの項目も、「2」の立命館大学、同志社大学の『大学案内』比較においては、両大学とも「態度・志向性」は「E」（表記なし）であり、「汎用的技能」は、立命館大学は「コミュニケーション・スキル」を、同志社大学は「問題解決力」を記載しているが、その他の項目はほとんど「E」（表記なし）である。

これらの調査から、学生の教育に求めているものを踏まえて、「学士力」を軸とする「教育力」広報の打ち出す情報とその切り口は再検討しなければならない。

6. 立命館大学の教育システムが「学士力」項目をどの程度満たしているかを見るための、「学士力」項目における“あてはめ”の検討

縦軸に学士力、横軸に正課、正課外、課外の項目を並べ教育コンテンツをあてはめた（表6）。学士力に関する

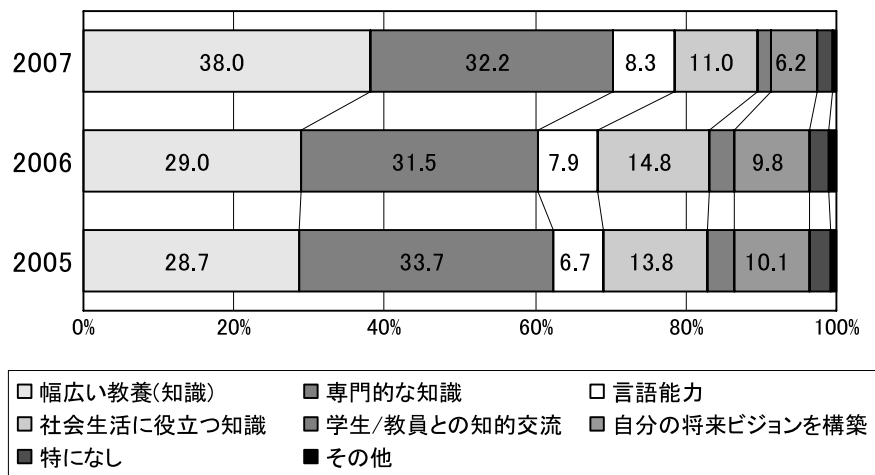


図1 講義に期待するもの「2007年学友会新入生アンケート」より

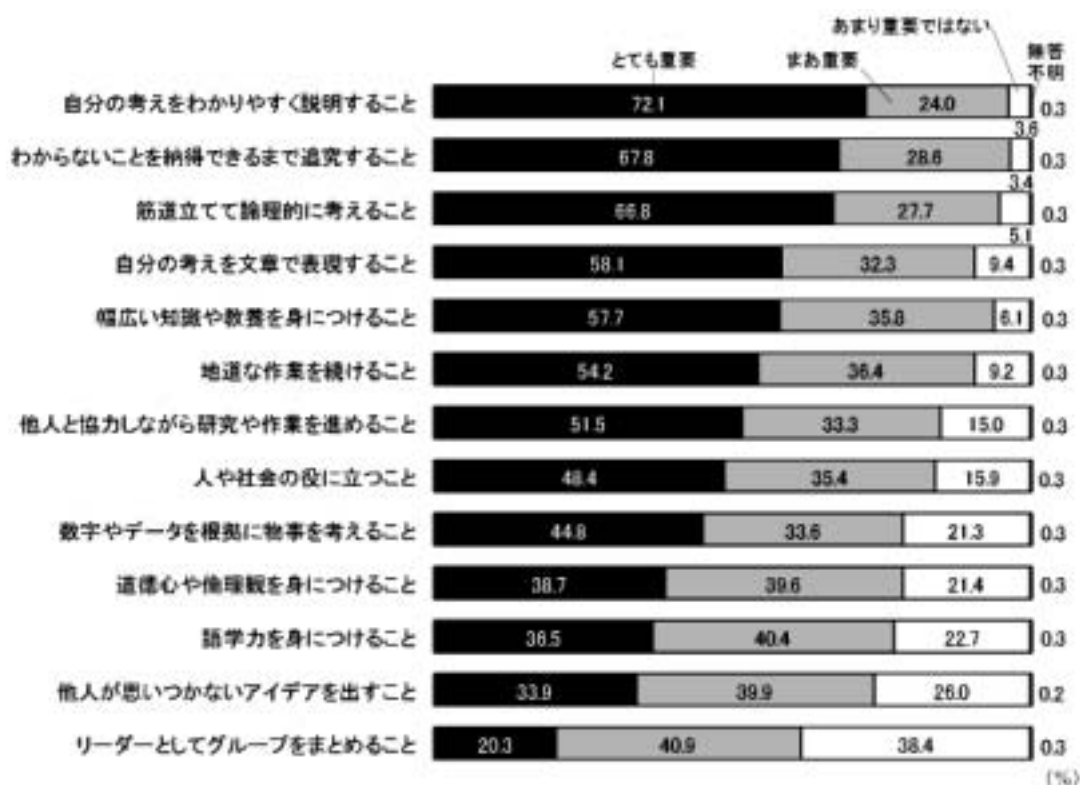


図2 専門領域に重要な能力・態度 Bene sse 教育開発センター「進路選択に関する振り返り調査—大学生を対象として—（平成17年度）より

表6 立命館の教育コンテンツと学士力項目の関係

| 学士力の項目 | | 立命館大学の教育システム | | |
|--------|--|--|--|--|
| | | 正課 | 正課外 | 正課 |
| 知識・理解 | | ・講義 ・ゼミ ・シラバス | | |
| 汎用的技術 | ・コミュニケーションスキル ・数量的スキル ・情報リテラシー ・論理的思考力 ・問題解決力 | ・基礎演習 ・語学講義 ・図書館講座 ・ゼミ ・ゼミ大会 | ・リテラシー教育 ・ピア・エデュケーション ・アクティブラーニング ・エクステンション講座 ・CLA ・留学プログラム | ・オリター活動 ・クラブ・サークル ・各種学生スタッフ |
| 態度・志向性 | ・自己管理能力 ・チームワーク /リーダーシップ ・倫理観 ・市民としての社会的責任 ・生涯学習力 | ・基礎演習 ・「日本の近現代と立命館」 | ・インターンシップ ・サービスマーケティング ・留学プログラム ・ボランティアプログラム | ・オリター活動 ・クラブ・サークル ・各種学生スタッフ ・イベント、講演会 |
| 創造的思考力 | | ・ベンチャーコンテスト ・アクティブラーニング | | |

る項目はすべて、立命館大学の教育コンテンツで身につけることができ、それらが正課・正課外・課外のシーンで展開されることが分かる。重要なことは、取り組んでいる学生たちが自分にどの力がついているのかを実感することである。そのためには、各コンテンツで身につく学士力について詳細に明記し、学生に伝える必要がある。

V. 調査のまとめ

以上の調査分析のポイントをあらためて課題としてまとめると、次のようになる。

1. ランキングにおける同志社大学との比較では具体的に身につける力について問われた項目で同志社大学のスコア（順位）が高く、立命館大学の教育プログラムについて訴求が弱いことが伺える。
2. 『大学案内』において「学士力」の修得、そのプロセスの記述が弱く（IV. 調査分析結果－2）、学生が教育に求めるものとかけ離れている（IV. 調査分析結果－5）。
3. 新聞に掲載される在学生の学びの取組みに関する記事において、「学士力」の修得やそのための教育システムの紹介が効果的にできていない（IV. 調査分析結果－3）。
4. 教育システムやプログラムを一貫性と継続性をもって社会に提供できていない（IV. 調査分析結果－4）。
5. 立命館大学が有する教育コンテンツとそこで身につく力を体系立ててまとめて情報を発信できていない（IV. 調査分析結果－6）。

VI. 政策提起

1. 「教育力」広報の基本としての「+Rベーシック」（仮）— 教育システム・支援プログラムのパッケージ化と効果的な打ち出し

「V.調査のまとめ」から教育力ある大学としてのイメージを高めていくためには、「立命館大学の卒業生であれば、学士力として求められている能力を身につけているはずである」ことを教育システムとプログラムで示していくことが必要となる。

立命館大学には他大学に劣らない多くの優れた教育システムやプログラムがある。現時点では、それぞれの取組みを体系立てたものとして紹介することができておらず、また、「学士力」の項目とも連動させて発信できていない。これらは各学部のパンフレット等で断片的に広報しているものの、まとまった形での打ち出しができていない。これらを「+Rベーシック」としてパッケージ化できれば立命館大学の教育力を打ち出す新しく大きな施策とすることができる。大学案内とその他の広報で「学士力」が身につく教育コンテンツを整理し、受け手がわかりやすい形でパッケージ化して説明する。

2. 教育力を重視したコミュニケーション活動

上記を具体化するには、広報ツールについてもさらに発展させるとともに、「教育力」をわかりやすく伝えるためのコミュニケーション活動が必要である。この間実施してきている志願者確保のための広報と大学広報の連携をより強化する視点で、下記の施策の実施を行う。

<「立命館×『学士力』本」の制作>

立命館大学の学生は誰でも等しくこれだけの力は身につけている、というイメージを広く高校生や父母、教員に持ってもらうために、「学士力」の項目ごとに、それを身につけることができる教育プログラムと、実際に経験して効果を実感し、成長した学生の紹介を行う。金沢工業大学の事例から、とくに立命館大学の「教育力」広報の一貫性と継続性を強化するために立命館の「教育力」をまとめた一冊の本（冊子）を制作する（「IV. 調査のまとめの－4」）。

内容は、上記で示したパッケージの紹介を行ったり、ひとりの学生に焦点を当て4年間を通じて身につけられる力を「モデル」化し理想的な卒業時学生像についてビジュアル化する（「IV. 調査のまとめ」の1～3）、など大学生活を通じて、「学士力」がしっかりと身につくことを読者に訴えていくものとする。対象は高校生やその父母、高校の進路指導の教諭とし、さらには初年次教育のツールなどとして幅広く利用できるものとする。

<マスコミリリースの工夫>

特定のイメージを強化していくためには、大学から発信するメッセージを構造化することが必要となる。このことからマスコミに発信するリリースにおいても、立命

館大学のタグラインに込められた人材育成目標「+R 未来を生み出す人となる。」とあわせ、「学士力」項目との関連性を明確にしていく。

ただし、記事分析でも述べたように、記事になりやすいのは「在学生の地域での学び」や「在学生のアイデアによる商品化」である。これらの報道を増やすことで「問題解決力」「リーダーシップ」「市民としての社会的責任」「統合的な学習経験と創造的思考力」などのイメージを伝えることができる。こうした情報を記事を通して浸透させていくために、学生の活躍に関する学内情報収集を強化することはもちろんのこと、取組みの背景や学生のコメントを通じて学生が「学士力」を身につけていることをイメージさせる記述を行う（「IV. 調査のまとめ」-4。また、これらの学びの取組みは立命館大学の特徴のひとつであり、アクティブラーニングや産官とのネットワークから発生することも多く、立命館大学の社会とのつながりの中で学生の成長を大切にするという姿勢を発信することにもつながる。

これらの成果をマスコミのリリースだけでなく、パンフレットやWebで公開することも効果的であり、さらに総合的なコミュニケーションを検討していく。

またリリースにあたっては、中央教育審議会の答申との関連性について説明を加えたり、各大学ランキングの発表に合わせて発表するなどして、マスコミが取り上げやすくなる工夫を行っていく。

3. 在学生への広報活動の強化

立命館大学は「学習者が中心の大学」を目指し、教育改革に継続的に取り組んでいる。大学の教育内容や学生生活を自らのものとして理解しているのは在学生であり、在学生における立命館大学の教育イメージを高めることが、父母、高校・予備校教員、ひいては受験生のイメージを変えていくことにつながると考えられる。

現在、広報課が在学生向けに提供する「WebマガジンRSWeb」では在学生が立命館大学の様々な教育プログラムで成長している姿をインタビュー等で紹介している。現在は学生の経験を主に伝えているが、そこで身につけた学士力や具体的なプロセスについても取材を行い記述を強化する。

また、他大学で導入が進んでいる「学生ブログ」を導入し、教育システムや教育プログラムの体験者が実感する「学士力」のテーマで定期的な情報発信を行うことも

効果的である（IV-1と3）。

VII. 残された検討課題

1. ネット上の対応

インターネットの掲示板機能を利用した大学や授業に関する情報発信、収集は日常的に行われており、受験生や在学生が頻繁に書き込み、閲覧すると言われる。授業評価サイト「みんなのキャンパス」など、各講義の内容や難易度、テスト方法などが持ち寄られる掲示板において、具体的に身につく力の紹介などを学生が書き込むように、チェックと対策が必要である。

2. 地元・京都（関西）戦略

競合大学と比した立命館大学の「教育力」イメージ強化にあたっては、地元・京都における差異を明確にした広報活動が重要となる。地元・京都における受験生の親世代においては未だ旧来のイメージが残っており、このようなイメージを払拭するためには、教育力ある大学としての大学像を伝える意識的な広報活動が必要である。

地元・京都における教育・学生活動の記事の増加、既に立ち上がった産学官による人材育成の場「京都教育創造フォーラム」の発展等を一層充実させていくことが課題である。

【注】

- 1) 立命館大学では、2007年にタグライン「+R 未来を生み出す人になる。」を制定した。「+R（プラスアール）」は、立命館大学で学ぶことの価値を学生一人ひとりにプラスし、成長を促す意味を込めており、これからの社会を担う人材に必要な、時代の先を読み取る洞察力や未来を切り開く行動力を有するたくましい人材を育成するという意味が込められている。以降、広報活動においては、このタグラインに込められた人材育成目標を発信することを重点としている。
- 2) 金沢工業大学では学生が身につける「総合力」として、①知識を取り込む力、②思考・推論・創造する力、③コラボレーションとリーダーシップ、④発表・表現・伝達する力、⑤学習に取り組む姿勢・意欲を「学習支援計画書」（シラバス）に参考指標の形で盛り込んでいる（金沢工業大学2009年度版大学案内）。
- 3) CLIP学習プロセス（「CLIP」Creative Learning Initiative Process）

学生たちが自らの総合力（学力×人間力）の向上を実感できることを重視した学習プロセス。

学生が基礎的な知識を授業や自学自習を通して手に入れる
→知識を自らの体験や仲間との実験・演習の中で考え推論することによって、組み替えや結びつけを行い新たな知識を創造する→さらにそれを自分以外に向かって、表現を工夫して、

発表・伝達する→それを教員や第三者が評価し、更なる学習へと向上していく、の順（金沢工業大学ホームページ）。
<http://www.kanazawa-it.ac.jp>

Creation of an “educational capacity” brand strategy by means of a competitive analysis with Doshisha University: Aiming to be the brand leader in “student growth potential”

KAWAGUCHI, Ryuichi (Assistant Administrative Manager, Office of Public Relation)

ITO, Noboru (Senior Researcher, Research Center for Higher Education Administration)

ISHISAKA, Kazuyuki (Deputy Director, General Affairs, The Ritsumeikan Trust)

YUKIKO, Hosono (Administrative Manager, Office of Public Relation)

Keywords

Graduate ability, Doshisha University, competitive analysis, publicity, educational quality

Summary

With competition between universities growing increasingly fierce, society’s attention is now focused on the quality of higher education. The era is coming when everyone who applies to university will be able to attend, and as many high school students are currently going on to university the real worth of the added value university can give to students is being questioned. This is underscored by the fact that the Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology has defined such added value as *gakushiryoku* (“graduate ability”). “Educational capacity” is an important theme when creating a university brand strategy, and a point whereby it can aim to distinguish itself from other universities. In this research, we designated Doshisha University as our competitor for publicity about the university’s “educational capacity,” which will be even more important in future, and analyzed Ritsumeikan University’s strengths and weaknesses by means of a comparison of advertising methods for each item that makes up “graduate ability,” with the aim of reflecting this in the university’s advertising policy.

