

日経ビジネス 2026年6月22日号
大学全国認知度調査付き
特別広告企画

「魅力ある大学（仮）」

-
- 企画主旨
 - 企画内容・体裁
 - 大学全国認知度調査
 - 媒体概要
 - スケジュール
 - 広告メニュー



企画主旨

少子化の進行や財政制約強化など、大学経営を取り巻く競争環境はこれまでにないほど厳しさを増しています。もはや地域だけでなく、全国の学生や保護者、さらには企業からも「選ばれる大学」となるためには、戦略的な情報発信が不可欠です。

そこで、日経ビジネスでは2026年6月22日号にて、特別広告企画「魅力ある大学（仮）」を実施いたします。大学の未来は単なる教育現場の課題にとどまらず、これからの時代を担う人材の育成、そしてその人材が産業界や社会で活躍することで、企業や日本経済全体の活力につながります。

ビジネス層であり保護者層でもある日経ビジネス読者に向けて、現状の大学が直面する課題や、各大学がどのような情報発信を通じて自校の魅力を伝えているか、選ばれる大学になるために何をしているのか、などを日経BPコンサルティング 大学ブランド・デザインセンター長の吉田健一氏へのインタビューを通して、大学の魅力度向上の最新潮流とともにご紹介いたします。

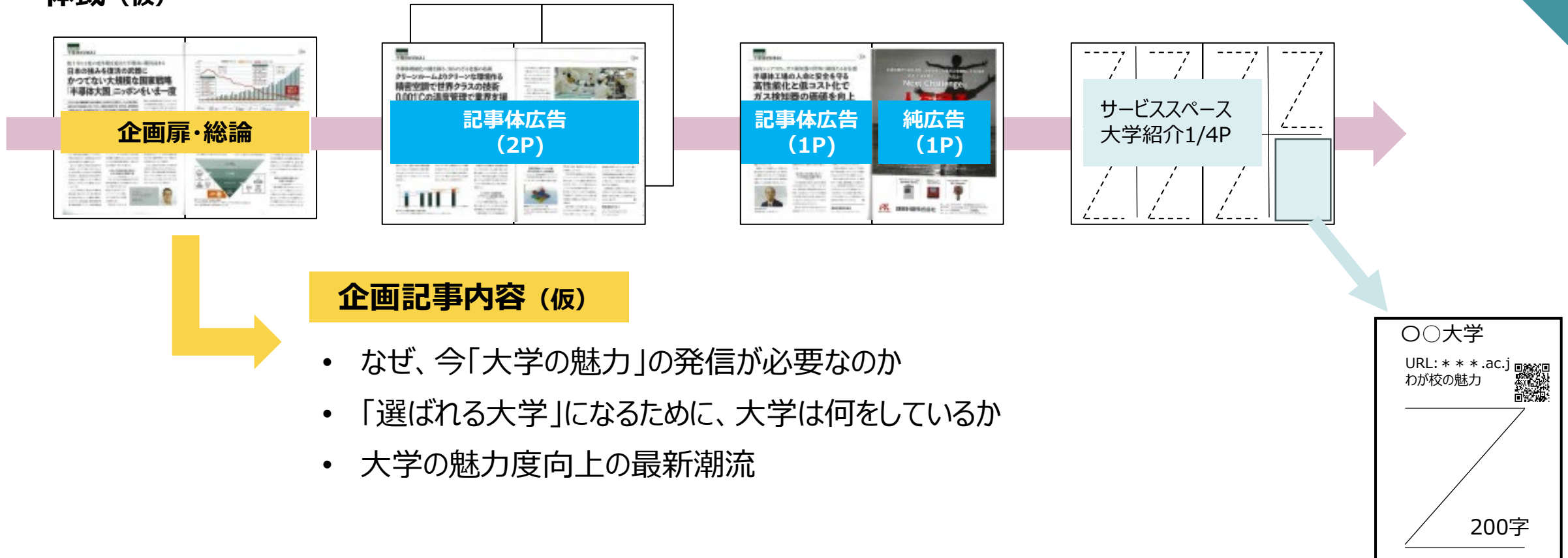
本広告企画にご参加いただいた大学には、広告出稿特典として各校の紹介スペースをご用意、自校独自の特徴や強みをアピールしていただけます。また、企画内には記事体広告スペースも設けており、より深く自校の魅力を伝えることが可能です。

さらに、ご出稿いただいた大学には、「**大学全国認知度調査**」を実施し、その結果をレポート形式でフィードバックいたします。全国規模で貴学の認知度・イメージなどがどのように評価されているかを客観的に把握でき、今後の広報戦略や学生募集、企業連携の施策立案にご活用いただけます。

つきましては、本企画主旨をご理解いただき、広告のご出稿をご検討いただけますよう、お願い申し上げます。

企画内容・体裁

体裁 (仮)



大学全国認知度調査とは

少子化による18歳人口の急減により、多くの大学にとって、募集エリアを近隣から全国へ拡大し、新たな地域のステークホルダー（高校生・保護者・教員など）に大学の存在と特徴を伝えていくことが不可欠となっています。この際に重要になるのが、「どの地域で、どの程度知られているか」という認知度の把握です。地域別の認知度が分かれば、限られた広報・マーケティング予算を、重点的に取り組むべきエリアやターゲット層に的確に配分できます。また、認知向上を図るべき対象は受験生層にとどまりません。企業（採用担当者や経営層）からの認知度向上も、現代の大学経営では極めて重要です。高い企業認知は、卒業生の就職活動を有利にするだけでなく、産学連携のパートナー選定や共同研究の呼び水となり、実社会における大学のプレゼンスを高めることに直結するからです。

さらに、全国的な認知度の向上は、学生募集だけでなく、全国から多様な学生が集まり、教育・研究が活性化する、共同研究や産学官連携の機会が増え、社会課題の解決への貢献が可視化される、卒業生や企業、個人からの寄付や支援が集まりやすくなり、財政基盤が強化される、といった点でも大学に大きなメリットをもたらします。中長期的な視点で見れば、認知度の向上は持続可能な大学経営の前提条件と言えるでしょう。

大学の広報やブランディングを長年支援してきた日経BPコンサルティングでは、大学経営に大きな影響を与える「認知度」を調査し、客観的かつ広範囲な認知度データを提供します。得られた認知度データは、単なる現状把握にとどまらず、戦略的な意思決定に活用できます。具体的には、地域別・属性別の認知度を踏まえた募集・広報戦略の立案、自大学のポジション把握、およびブランド戦略の抜本的な見直しに役立ちます。さらに、実施した広報施策の効果を定量的に検証し、次年度の予算配分や施策の優先順位を改善するための基礎データとしても活用できます。

大学全国認知度調査概要

- 調査手法：インターネットリサーチ
- 調査対象：全国の16歳～69歳の男女
- 回収数：2,000サンプル回収目標
 エリア×性年代別人口構成比割付
 ※不足セル発生時はウェイトバック集計を実施
- 調査実施時期：2026年5月予定

* 調査結果は6月末にお届けします

* 2ページをご出稿の場合、自校と希望する大学の計2校を調査します

エリア	都道府県
1 北海道	北海道
2 北東北	青森県、岩手県、秋田県
3 南東北	宮城県、山形県、福島県
4 北関東	茨城県、栃木県、群馬県
5 首都圏	埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県
6 北陸・信越	新潟県、富山県、石川県、福井県、長野県
7 東海・山梨	山梨県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県
8 関西	滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
9 中国	鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県
10 四国	徳島県、香川県、愛媛県、高知県
11 北九州	福岡県、佐賀県、長崎県、大分県
12 南九州・沖縄	熊本県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県

大学全国認知度調査項目

1. 基本属性（性別、年齢、居住地、職業、子供の学齢）
2. 大学認知深度（詳しく知っている、ある程度知っている、名前を聞いたことがある、知らない）

※以降、大学認知者のみの設問

3. 大学情報接触経路（各種メディア、経路など）
4. 大学のイメージ（信頼、好感、先進性、教育力、研究力 など）
5. 入学推薦度（5段階スケール）

※以降、大学認知者かつ有職者のみの設問

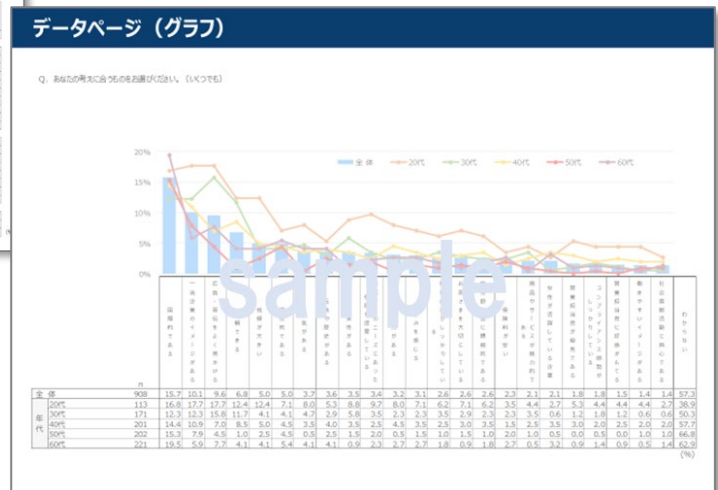
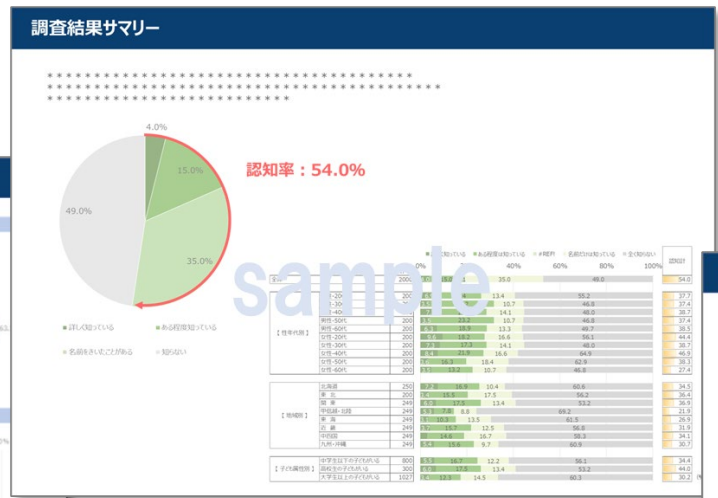
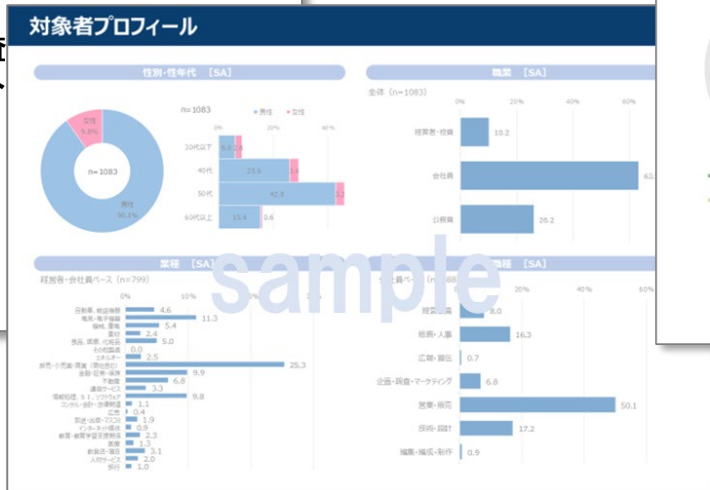
6. 採用意向度（5段階スケール）

大学全国認知度調査結果

調査結果は5ページ程度の報告書と集計表としてご納品します。
集計表は単純集計と属性別クロス集計表となります。

●●●●大学 御中

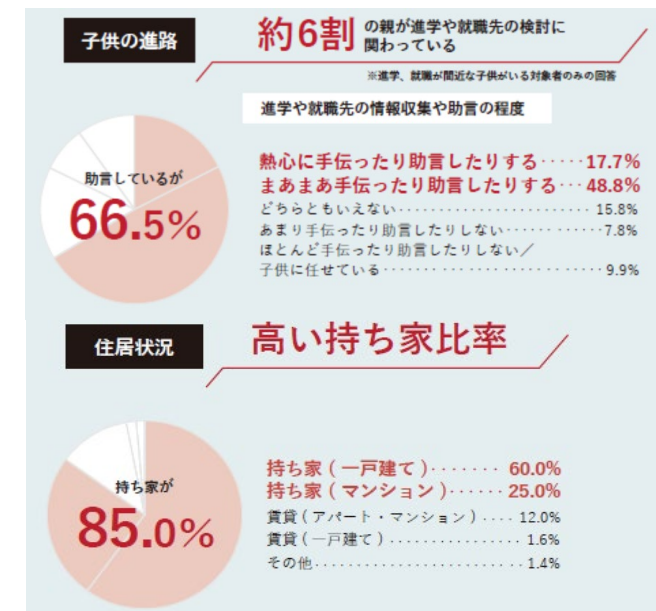
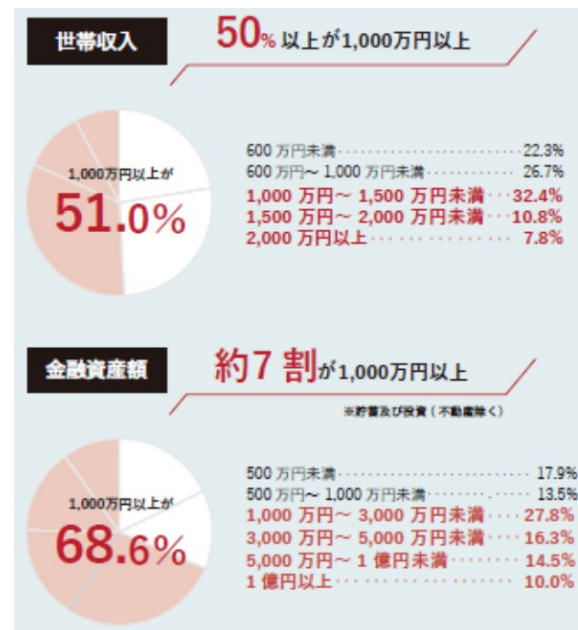
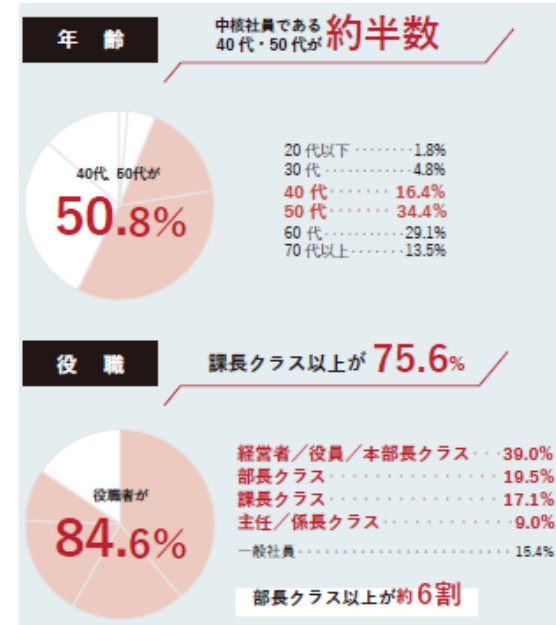
大学全国認知度調査 【調査結果レポート】



媒体概要

ビジネスリーダーのための経済・経営総合情報誌。時代の潮流や注目企業の最新動向に深く切り込み、大胆な仮説と鋭い分析で、ビジネスの最前線を読み解く。多角的な視点で、新時代を切り拓く提言を発信し、意思決定をサポートする価値ある情報を提供する。最前線で活躍する読者から寄せられる知見や事例も共有し、ビジネスの未来を共に描く。経営・管理層や経営コンサルタントなどのビジネスリーダーが読者。

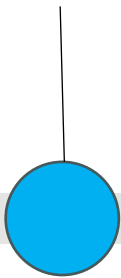
創刊 : 1969年9月
 発行部数 : 122,622部(2024年1-12月 ABC部数)
 発行形態 : 週刊(毎週月曜日発行)、年間50冊
 販売方式 : 年間予約購読による読者直送方式、一部書店・駅販売店でも販売



スケジュール

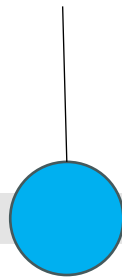
▶ 申込締切日

4月28日（火）



▶ 原稿締切日

6月3日（水）



▶ 発行号

「日経ビジネス 2026年6月22日号」
（6月19日発売）



* 記事体広告は、4月末までに取材できるスケジュールでご検討ください。

* なお、本広告企画は5大学のご参加で実施となります。ご了承ください。

広告メニュー

▶ 出稿特典

- ・自校の大学全国認知度調査結果を提供
* ①・②の出稿には、自校以外のご希望の大学1校の大学全国認知度調査結果も提供
- ・特集内に各校1/4ページの大学紹介スペースを用意

① 記事体広告 (2ページ)

▶ 380万円 (税別)



② 記事体広告 (1ページ) + 純広告 (1ページ)

▶ 350万円 (税別)



③ 記事体広告 (1ページ)

▶ 230万円 (税別)



④ 純広告 (1ページ)

▶ 200万円 (税別)



* 参考情報 1ページあたり定価：掲載費252万円、制作費30万円

お問い合わせ

▶ 広告に関して

株式会社日経BP
アカウントビジネス1部

宮田 善彰

[ymiyata@nikkeibp.co.jp](mailto:y Miyata@nikkeibp.co.jp)

▶ 大学全国認知度調査に関して

株式会社日経BPコンサルティング
マーケティング本部

川尻 直人

kawajiri@nikkeibp.co.jp