

お申し込み・お問い合わせ

お申し込み・お問い合わせにつきましては、電話、またはメールでご連絡ください。

お問い合わせ先

株式会社 応用社会心理学研究所（アспект）

担当：中西・岩林

〒540-0031
大阪市中央区北浜東1-8 北浜東森田ビル5F

TEL: 06-6941-2171

FAX: 06-6941-2081

Mail: shindan-s@aspect-net.co.jp

<http://www.aspect-net.co.jp>

会社紹介

各種調査・研究を行う社会心理学者のネットワークオフィス。
メーカー・広告代理店・調査会社などに対して、マーケティングコンサルティングも行う課題解決型のシンクタンク。

大学や専門学校の募集マーケティングや、キャリア教育分野での実績も多く、「13歳のハローワーク公式サイト企画“しごと観育成”研究会」では、高校生の進路決定や高校生・大学生・専門学校生の職業観などの調査研究を行っています。

当社では、教育機関に対して、

- 現状の「分析」から、長期的あるいは短期的な課題とその解決の方向性を明らかにする『計画化』支援
- 現在のポジション・課題・目標を、メンバーで共有し、それぞれの役割を認識していく『実行』支援
- 実行した施策の効果や状況の変化を明らかにし、計画やしぐみを修正することで、全体を管理していく『マネジメント』支援
を行っています。

詳しくは、当社ホームページ内の「大学・短大・専門学校 マーケティング・マネジメント」をご参照ください。

URL: http://www.aspect-net.co.jp/servset_02_3.htm

～学校 ブランド基礎力～

診断シート 2009-2010

あなたの学校は、高校生から選ばれる学校ですか？

高校生などの進学希望者にとって、どれくらい魅力的な学校か

他の学校や競合校と比べて、どのような特徴があるのか

高校生にはどのようにすればうまく伝えられるのか

これらのことを自己診断するツールです。

『ブランド力』向上のために、何をすれば良いのかが明らかになります。



Aspect

株式会社 応用社会心理学研究所（アспект）
Institute of Applied Social Psychology + connect

診断シートの目的

高校生は、多くの学校の中から貴校あるいは競合校をどのように選択していくのでしょうか。彼らは限られた情報の中から、各学校の印象をどのように形成していくのでしょうか。

これまでの調査・研究から、高校生などの進学希望者が学校選択をする際の視点や検討のプロセスについて、様々なことが明らかになっています。また、各学校でも、経験的に得られた知見に基づき、広報・プロモーションについては創意工夫をされていることでしょう。

しかしながら、例えば

- どのような学生をターゲットとしているのかが不明確
- 高校生などの進学希望者へどのようなアプローチをしてよいのかが分からない
- メディアでの広報展開に統一したコンセプトがない
- 高校生などの進学希望者に学校の魅力がうまく伝わらない
- 現状や課題、あるいは、伝えるべきイメージ・情報について、教員・職員による共有ができていない

など、多くの問題を抱えている学校もまだまだ少なくありません。

この「診断シート」は、学校のブランド力を高めるために必要な、「他校にはない学校独自の優れた品質（魅力）の構築」と「学校の魅力を効果的に伝えるためのコミュニケーションの工夫」を実現していくことを目的としています。

診断シートでできること

この診断シートでは、ブランディングの考え方にに基づき、以下の作業を行います。

- ステップ1 徹底的な整理・検証による「学校の特徴（強み・弱み）の把握」
- ステップ2 魅力的で伝わりやすい「ブランドメッセージの作成」
- ステップ3 進路検討プロセスに基づく効果的な「メディア戦略の作成」

これらの作業をしっかりと行うことにより、以下のような効果が得られます。

- 学生視点の理解
- 課題の発見
- 現状や目標の共有

「優れた品質」の構築

学校の特徴を、徹底的に整理・検証することで、「学校の本当の魅力は何か」「学生からはどのように映っているのか」などのブランドの源泉となる「真の学校の強み・弱み」が明らかになります。

さらに、その学校像を学生に伝えるためのブランドメッセージを作成する作業を通じて、学校のあるべき姿やその課題をうきほりにします。

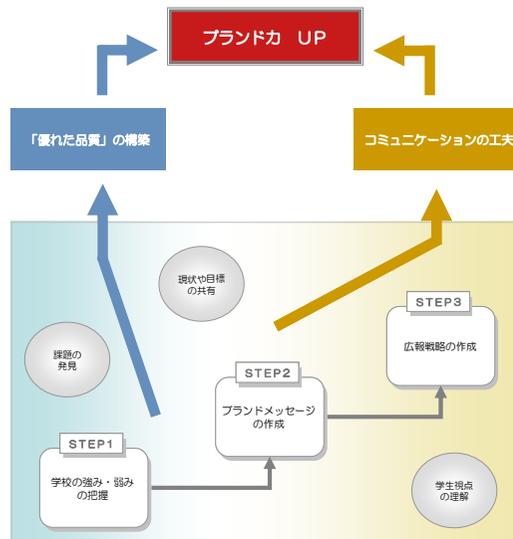
これらの学校が目指すべき方向性や現状の課題を明らかにし、学校関係者で共有することで「優れた品質」の構築を実現することができます。

コミュニケーションの工夫

学生視点に沿って学校の特徴をまとめることや、一貫したストーリーとしてブランドメッセージを完成させることで、学生に伝わりやすい魅力のあるメッセージを作成します。

さらに、学生の進路検討プロセスやメディアの特性を考慮し、学生を入学へとガイドするメディア戦略やメッセージの表現を考えます。

それらの作成作業を通して、効果的に学生に学校ブランドを伝えるための広報計画を、総合的に組み立てることができます。



診断シートの特徴

- ◆ (株) 応用社会心理学研究所が、10年以上にわたって行ってきた募集マーケティングや「13歳のハローワーク公式サイト企画「しごと観育成」研究会」で実施した高校生・大学生・専門学校生などの調査データなど、多くの研究から得られた知見やノウハウに基づいています。
- ◆ ブランディングに必要な複雑な考え方を、1つ1つの作業を積み上げることで整理・検討できるように設計されており、簡単なオペレーションで学校の特徴の整理～メディア戦略までを実現できる工夫がされています。
- ◆ 自己診断ツールでありながら、「進学希望者の視点」「ターゲット」「メディア」その他オリジナルな視点による整理・分類や、「独自性」「共有」「実現度」などのチェックをすることで、課題を浮きぼりにし、解決する方向性を明らかにすることができます。

診断シートの概要

パッケージ内容

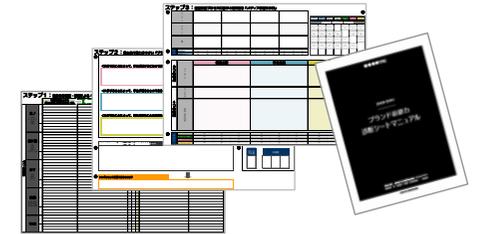
□ 診断シート（ステップ1・ステップ2・ステップ3 3枚1組） 2セット

□ 診断シート活用マニュアル <48ページ> コピー不可 2部

※「学校ブランディングについての考え方」や「キャリアガイドプロモーションに関するノウハウ」が記載されています。

想定利用対象者

- 経営者・管理者
- 学校のブランディングや募集・広報などの担当者
- パンフレット・HPなど制作担当者



診断ステップ

<ステップ①> 徹底的な整理・検証による「学校の特徴（強み・弱み）の把握」

あなたの学校の特徴を具体的に列挙し、「進学希望者の視点」で分類するなど様々な作業を行うことで、学校の「強み・弱み」を把握します。「それぞれの特徴が本当に学校の強みといえるのか」や「その特徴は学生にとってどのような意味があるのか」など、独自の視点で徹底的な整理・検証ができる工夫がされています。

<ステップ②> 魅力的で伝わりやすい「ブランドメッセージの作成」

ステップ1で整理した学校の特徴（強み・弱み）をもとに、学校のブランドを表現したメッセージ（ブランドメッセージ）を作成します。学校の特徴を「進学希望者の視点」でメッセージとしてまとめたり、それらのメッセージの内容を、繰り返し独自の視点でチェックすることで、インパクトのあるメッセージや一貫したストーリーを作成することができます。

<ステップ③> 進路検討プロセスに基づく効果的な「メディア戦略の作成」

ステップ2で作成したブランドメッセージを進学希望者に効果的に伝えるためのメディア戦略を作成します。各メディアの特性やターゲットを想定して、ステップ2で作成した内容をもとにメッセージやそれらを表現するコンテンツの内容を作成するため、各メディア間でつながりのあるストーリーの展開が可能となります。また、各メディアの連携チェックもできます。

定価

¥78,000 (税込み ¥81,900)