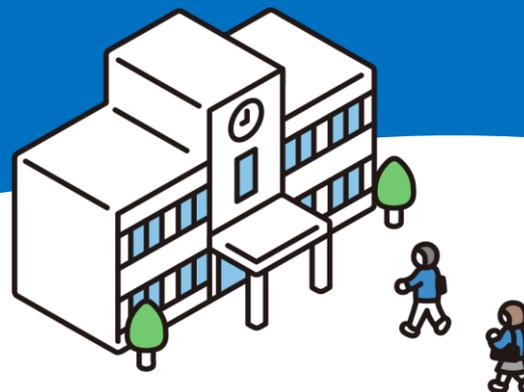


広報ご担当者

必見

最適な広報提案を募るための コンペティション実施マニュアル



株式会社 モノリスジャパン

MONOLITH Japan co.,ltd.



コンペ開催のメリット・デメリット

コンペ開催について、考え得るメリット・デメリットをまとめました。こちらを踏まえた上で、開催方法をご検討することをおすすめします。



コンペ開催のメリット

- ✓ **比較検討による最適な選択**
複数社からのデザイン・プランを比較検討することで、貴社にとって最良のものを選択できます。
- ✓ **外部からの視点で長所を再発見**
新しい制作会社からも提案を受けることで、内部や長年取り引きしている制作会社からは見えない視点での特長や切り口を訴求できます。
- ✓ **制作コストの適正化**
見積も同時に比較することで、適正な市場価格での制作ができます。



コンペ開催のデメリット

- ✓ **開催準備や運営にかかる負担**
校内の要望の取りまとめやスケジューリングなどの準備、コンペに招致した各社とのお打ち合わせといった運営時間の確保が必要。
- ✓ **求めていることが提案されない**
ある程度校内で改訂方針を整理する必要があるかもしれませんが、意見集約が難しい場合も。加えて、各社への提示内容が不明瞭な場合は求めている提案が出づらくなります。
- ✓ **実制作フェーズの時間的制約**
提案までの準備に時間を要する分、学校と制作会社間で課題解決のためにディスカッションを重ねてプランを深める時間がひっ迫する懸念があります。

コンペ実施までの流れ

コンペを実施するにあたり、次のような流れで行うのが一般的です。

10 week~

STEP.
01
事前会議

3week

STEP.
02
オリエン
テーション

3week

STEP.
03
プレゼン
テーション

1week

STEP.
04
選定会議

3week

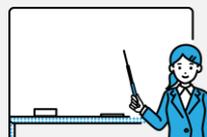
STEP.
05
制作会社
決定



改訂の方針、
コンペ参加社数、
納品スケジュールなど
全体の実施要領を決定。



改訂の方針、提案範囲、
予算、選定基準などの
条件を各制作会社に
明示する。



各制作会社がデザインや
企画書などを用意の上、
提案内容をプレゼンテー
ションする。



各制作会社からの提案と
選定基準をもとに、
校内で採択する会社を
検討する。



選定結果を全参加企業に
通知し、採択企業と
広報ツールの納品に向け
打ち合わせを実施。

01

事前会議におけるポイント

改訂方針、コンペ参加社数、コンペから納品までのスケジュール、選定基準など全体のコンペ実施要領を決定します。

POINT

01

改訂方針に関する校内の考えを事前にまとめ、オリエンテーション時には各社に対して情報の偏りなく明確な方向性を示すと、より良いプランが出る可能性が高くなります。



この時点で、可能な限り校内で方針についての意思統一がされていることで、後々のご負担が軽減されスムーズに改訂を進めていくことができます。

POINT

02

選定の手間等を考えると、参加社数は3～4社程度が適当です。



あらかじめ制作実績や予算感等をふまえ、貴社のご意向に沿うことができそうな制作会社を厳選しコンペへ招致することで、効率よくコンペを実施できます。

02

オリエン時のポイント

改訂の方針や課題整理、提案範囲、予算などの条件をコンペ参加企業へ説明します。

POINT
01

コンペ開催の背景や経緯など外部からは見えない校内の状況も伝えると、制作会社が改訂の意図を汲み取れ、求める提案が集まりやすくなります。

POINT
02

ご予算や選定方法を具体的に明示することで、事後の認識ズレの回避につながります。

特にWEB・映像につきましては、特に予算条件によって提案できる内容が大きく変わるため、予算条件の指定が重要です。

POINT
03

オリエンテーションには、合同（一斉）形式と個別形式があります。合同形式の場合、オリエンテーション後に別途個別ヒアリングにも対応することで、より深い理解の上に立ったご提案が集まります。



貴校の強みについては勿論ですが、時には貴校が抱えている広報上の課題が、新しい広報戦略のヒントとなることもございます！



可能であれば、事前にご予算を提示することで実現可能なコスト範囲でできるベストな提案を各制作会社へさせることができ、効率的です。



プレゼン時のポイント

各社が企画書とデザイン案を用意の上、提案内容をプレゼンテーションします。

POINT

01

選定に携わる**全ての関係者がプレゼンへ出席**することで、その後の**選定がスムーズに進行**します。

POINT

02

プレゼン時間は、制作会社が企画趣意を十分に伝えるための時間を考えると、**質疑応答含め1時間程度**が理想です。

コンペ参加社数によって適切な時間は変わりますが、最低でも30分程度が必要です。

POINT

03

教育という特別な分野についての経験や理解など、制作会社の**特長や概要、実績について**を説明させる時間を設けることで、**受注後の進行をイメージする検討材料**となります。

最終決裁をする方も含め、ご出席していただくことがおすすめです。



04

選定会議におけるポイント

各制作会社からの提案と選定基準をもとに、校内で採択する会社を検討します。

POINT
01

選定形式は、**合議の上、総合的に判断**することをおすすめします。

POINT
02

選定時には提案内容のクオリティはさることながら、**進行管理/校正/撮影の段取り**についてなど、発注後の**進行業務をする現場のご担当者さまの目線**で、**ストレス無い管理体制**かどうか**もひとつの判断材料**となります。



合議を行わずに投票形式や採点形式のみで選定を行うことは、一見効率的に思われますが、リニューアルにも関わらず中立的な企画へ票が集まりやすくなるため、避けたほうが無難です。



ひとつの制作会社に広報ツールをトータルで発注することで、コンセプトの統一や素材の流用、適正なコスト管理などを実現することができます。

学校入試広報のお悩みは、モノリスジャパンへ。

モノリスジャパンでは、各種広報ツール・プロモーションの企画制作を通じて、
学校入試広報のお悩みを解決するご提案をさせていただいております。

LINEUP

- ✔ 学校案内パンフレット
- ✔ ホームページ
- ✔ その他サブツール類

