

広報ご担当者

必見

コンペ開催を検討する学校に伝えたい 制作会社選定のヒント



株式会社 モノリスジャパン

MONOLITH Japan co.,ltd.



広報ご担当のみなさま、

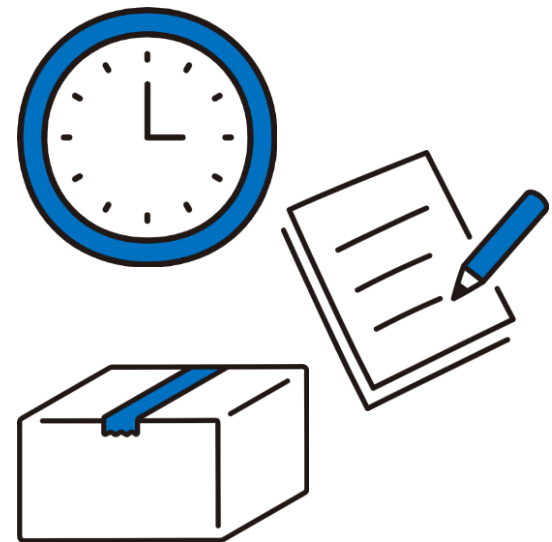
コンペティションを形式的・慣習的に
開催していませんか？

そんな学校さまに、
お伝えしたいことがあります！

最適な制作会社の選定方法とは？

制作会社の選定方法を考える際に押さえておきたい 3つのポイント。

- ✓ 準備・運営など**時間的負担**の想定。
- ✓ **求める提案をされるための工夫**。
- ✓ **十分な制作期間**の確保。



※ 次ページから詳しく解説します。

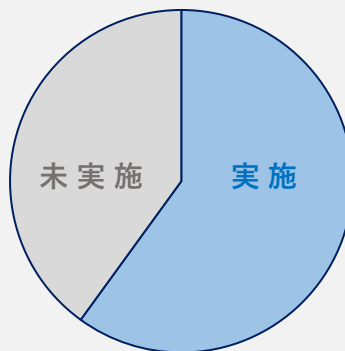
コンペティションとは

コンペティションは、学校案内やWebサイトなどの
リニューアル時に行われる主流な制作会社の選定方法です。

「コンペティション」とは

発注前に複数の制作会社からデザイン案を募り
その中から最適なデザインを選定後、
正式に発注先を決めるというものです。
通常は発注後にデザイン制作を進めますが、
コンペでは正式発注前に各社の提案力や
デザインの方向性を確認した上で契約が
できるため、広報ツールの新規制作時にリスク
回避のため実施されるケースが多いです。

❗ 半数以上の学校がコンペを実施



私立学校の学校広報においても、
半数以上の学校が学校案内・Web
サイトのリニューアル時にコンペ
を実施していると言われています。

複数の提案の中から、より良いものを選択できる。

メリット
01

比較検討による最適な選択

複数社のデザイン・プランを比較検討することで、多数の案の中から選択できます。

メリット
02

外部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切り口を見つけられます。

メリット
03

制作コストの適正化

見積も同時に比較することで、適正な市場価格で制作を進めることができます。

公平性・透明性を重視する
学校広報においてコンペは
最適な制作会社の選定方法
なのでは……？



広報担当者

やっぱりコンペで
制作会社を選んだ方が
いいの？

///
そうとは限りません！
コンペには気をつけておくべき
デメリットもあります。

コンペ開催のデメリットとは？

コンペ開催にあたって、
デメリットも把握しておくで安心です。

デメリット

01

準備や運営に
かかる負担



デメリット

02

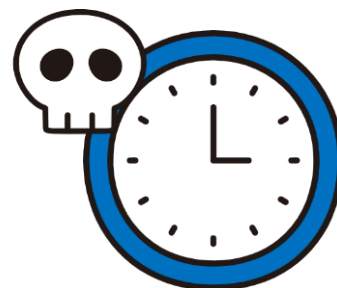
求めていることが
提案されない



デメリット

03

実制作フェーズの
時間的制約



次ページより詳しくご説明します。

コンペ開催のデメリットとは？

準備や運営などコンペ開催までにかかる 広報担当者の負担が大きい……。

デメリット

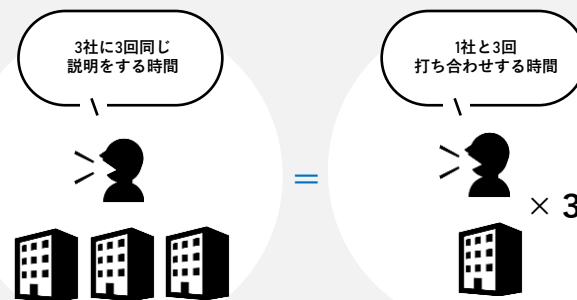
01

準備や運営にかかる 時間的負担

コンペを開催するにあたって、**校内の要望の
取りまとめやスケジュールリングなどの準備、
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です。

特に、コンペ開催の経験がない学校にとっては
大きな時間的コストが発生する可能性があります。

! 時間的コストの問題



制作会社に要件を伝えるためにかけた時間のコストと、
制作会社とのコミュニケーションの質が見合わないケースも……。

求めている方向性・クオリティの 企画や表現の提案が制作会社から出てこない……。

デメリット

02

求めていることが 提案されない

コンペ時には、**ある程度事前に校内で今後の広報における方針や課題を整理する必要がありますが、ゼロベースで意見を集めるため、新しい意見が出づらかったり、取りまとめが難しかったりする場合があります。**

また、コンペでは制作会社が失注を懸念し本質的な課題解決よりも**保守的な提案を優先する可能性も…。**

一見、多くの案の中から選べそうなコンペですが、**集まる提案が似通ってしまう懸念もあります。**

！コンペ要件定義の重要性

各社の提案重視ポイント



グラフィックデザイン



写真の綺麗さ



制作進行の安心感



低コスト

それぞれのアピールポイントが全然違う。これだと比較検討が難しいぞ……！



広報担当者

コンペのオリエンテーションにて提示する方針や選定基準、解決したい課題が不明瞭な場合は、出てくる提案の軸が制作会社ごとに大きく異なり、比較検討が難しくなるケースも。その場合、再提案の依頼が必要となり、双方に大きな時間的コストが発生します。

コンペ開催のデメリットとは？

コンペでの「受注」がゴールとなり、
最終的な納品ツールの質が下がる可能性……。

デメリット
03

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、
制作期間が少なくなります。

結果、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
ひっ迫し、制作会社から提案されたものを
そのまま形にするケースも少なくなく、納品時の
ツールの質が下がるという一部懸念もあります。

！コンペ有無による実制作期間の差

制作期間が10ヶ月の場合



コンペはやるべきか、否か

コンペ実施を視野に入れつつも、 コンペ以外の選定方法も考えてみてはいかがでしょうか？

コンペにはメリットだけではなく、デメリットもあります。広報活動の方針と照らし合わせ、制作会社の選定にコンペ開催が必要なのか、不要なのか判断する必要があります。

また、コンペ以外の制作会社の選定方法として、

1社に自主提案させたり、見積と過去実績を提示させたりする方法もございます。

慣習的な選定方法にこだわらず、学校にとって最適な方法を一度ご検討されてはいかがでしょうか。

\\ コンペを実施した方がいい学校 //

校内で承認を得るには
コンペ実施が効率的！

公平性が大事！



学校 A の広報担当

\\ コンペを実施しなくてもいい学校 //

プランを制作会社とともに
深めることが最優先！

校内の方針的に業者選定に
時間をかける必要はない。



学校 B の広報担当

「コンペを実施すべきか、どうか……」

お悩みの学校様は、お気軽にご相談ください！

100校以上の私立学校との取引経験を生かし、コンペをはじめとした制作会社の選定に関するお悩み全般にお答えいたします。

コンペを実施するしないに限らず、御校のご状況をヒアリングさせていただき最適な業者選定方法やコンペ実施方法などのご相談も承ります！



弊社コーポレートサイトでは、
『コンペ実施マニュアル』も公開しています！

以降ページでは、コンペの実施はなく自主提案で学校様とコンセプトを深めた事例を紹介します。



昭和第一学園高等学校



CONCEPT

- ✔ 『SDG Identity』

CONTENTS ・ POINTS

校舎の特徴であるトリコロールのキューブをデザインにおいて可変的に使用することで、生徒が様々な夢に会いそれぞれの未来を創造していく学校であることを表現。洗練されたイメージによって、進学校へと変革していくことを印象付けました。



CASE STUDY #02

桐朋女子中・高等学校



CONCEPT

✓ 『TOHO LINK』

CONTENTS・POINTS

結果から成功への過程に寄り添う『Learning by Doing』という教育指針をブランディングコンセプトに、『TOHO LINK』という広報シンボルを開発しました。学校案内では生徒と一緒に『TOHO LINK』のシャドウアートをつくり生徒参加型の広報活動に。



CASE STUDY #03

江戸川学園取手中・高等学校



CONCEPT

- ✓ 『EDOTORI STORY』

CONTENTS・POINTS

すでに「進学校」としてのイメージが確立されている中、生徒が主体的に生き生きと過ごす学校生活を印象的なビジュアル・生徒目線のコピーで訴求。勉強だけではない学校の魅力を新たに浸透させました。



CASE STUDY #04

鎌倉女学院



CONCEPT

- ✓ 『せいかいはこのせかいの、どこかに。』

CONTENTS ・ POINTS

グローバルとグローバルが共存する「鎌倉」における充実した教育環境をビジュアルとコピーで表現。また、洗練された写真・デザイントーンによって、受験生が憧れを抱くような世界観をつくりました。

学校入試広報のお悩みは、モノリスジャパンへ。

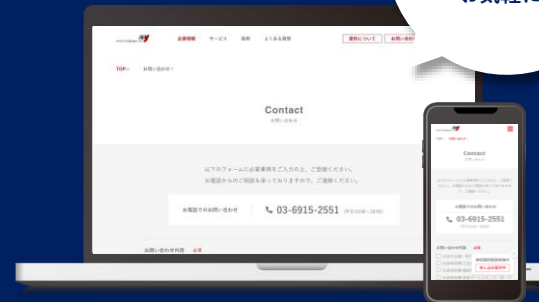
モノリスジャパンでは、各種広報ツール・プロモーションの企画制作を通じて、
学校入試広報のお悩みを解決するご提案をさせていただいております。

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

CLICK!

ご相談・ご質問は
Webサイトより
お気軽に！



制作会社選定に関するご相談は、お問い合わせフォームから

制作会社選定のご相談 お問い合わせ ください！

