yuit
strategy & design

レピュテーション・マネージメント
「各国の事例を日本の文脈で理解するために」

2012年12月10日

ユイット株式会社

レピュテーション・マネジメントの対象エリアは？

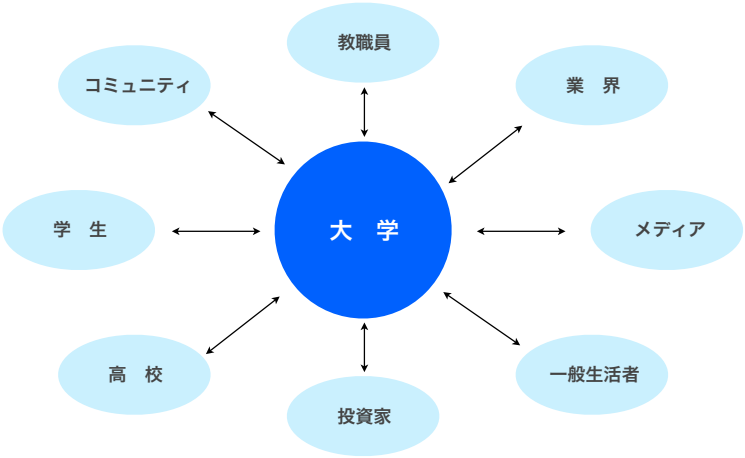
発信対象は：
国内か？／国内を含む国際社会か？

▫日本の高等教育機関：国内対象の比重が高い。
（例：広報ー国内対応、国際部ー海外対応）
▫海外の高等教育機関：国内含む国際社会の比重が高い。
（例：専門家を招聘して対応。組織内が連携している）

Copyright ©2012 Yuit Inc. All Rights Reserved.

レピュテーション・マネージメントでのポイント

- 自らの組織が社会に役に立っていることを、積極的に情報発信する。
  （良いレピュテーションは経営資源。発信しないことは伝わらない。）
- ブランディングやPRなどの実績あるプロの方が、
  ブランド・マネージャーやレピュテーション・マネージャーを担当＝成果が出る。
- ステークホルダーごとのリサーチを行い、パブリックが何を望んでいるのかを明確に理解して活動を行う。
- 影響力の高い「インフルエンサー」と呼ばれる人々への積極的な働きかけを行うことも重要。



Copyright ©2012 Yuit Inc. All Rights Reserved.

海外の高等教育機関のレピュテーション・マネジメントのポイント

▪Public Engagement

一方通行のコミュニケーションを行うのではなく深い戦略的な対話や行動を通じて、
ステークホルダーと信頼関係を築く。

▪Competition and Collaboration

競合しながらも、難しい取り組みだからこそ、良い事例を国や大学を超えて共有する。

▪Two-way Communications

ステークホルダーのニーズを把握し、各々に対する対応をする。

▪First Changing World

変化し続ける世界のスピードに追いついていく。

▪One Unified Massage

複雑な組織体だからこそ、発信者ごとのフィルターをかけず、
大学として統一したメッセージを出すことの重要性を理解する。

▪Impact & Original Message

国内であれば既に確立された評価やイメージがあっても、海外ではまずその存在を知られることが重要。
インパクトや心に届くクオリティの高いメッセージ等がないと、対象者にリーチせず見向きもされない。

Copyright ©2012 Yuit Inc. All Rights Reserved.

日本での展開では

グローバル展開

統一した戦略的な発信
（情報をバラバラに出さない）

レピュテーションの把握
（リターンを必ず把握・個々の活動の評価）

大　　学
大学の魅力・強み・ブランドを活かした戦略

＋

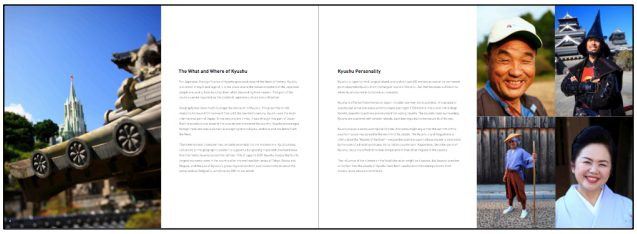
日　　本
日本のブランド価値＆レピュテーションを活かした戦略

日本の魅力・強みの理解と活用

Copyright ©2012 Yuit Inc. All Rights Reserved.

日本での取り組み／九州・山口地域の事例

大学単体での発信ではなく、地域で連携した発信をスタート予定。



Copyright ©2012 Yuit Inc. All Rights Reserved.

日本での取り組み／慶應義塾大学の事例

日本の魅力・東京の魅力を活かした訴求。
（“Experience Japan Exhibition”／ ”Shaping History, Shaping Tomorrow”キャンペーン）

Copyright ©2012 Yuit Inc. All Rights Reserved.

日本での取り組み／慶應義塾大学の事例

日本の魅力・東京の魅力を活かした訴求。
（“Experience Japan Exhibition”／ ”Shaping History, Shaping Tomorrow”キャンペーン）

Copyright ©2012 Yuit Inc. All Rights Reserved.