

## 英国の〈教育〉、そのマーケティングについて

学問的知識だけでは得られない 深い見識をひとりひとりに届けること。  
そして自立した個性を育むこと。そのために マーケティングを繰り返すと  
〈教育〉の贅肉は削がれ、本質だけが見えてきた。

世界の〈教育〉マーケットで成功を目指す国が増加するに伴い、学生の獲得をはじめとした国際競争は激化しています。その結果、多数の新参国が多大な「マーケットノイズ」をもたらしています。そういった状況の中、英国は他国と差別化を図るために、特徴的で強力なブランドづくりを進めています。また英国の〈教育〉ブランド、そのクオリティの高さを正確に伝えるために、より高度なコミュニケーション戦略を打ち出すことが重要になっています。

### Education UK ブランド

2000年にスタートした「Education UK」ブランド。それは、世界の〈教育〉分野で、もっとも成功を収めているブランドの一つに数えられています。オーストラリアの IDP Education 社が実施した調査では、英国の〈教育〉は、調査対象になった学生の間でもっとも評価の高いブランド力を構築していることが判明しました。

Education UK ブランドは、Education UK に関係するありとあらゆる情報を網羅し一元管理するもので、情報を伝達する際の基本的な方針やメッセージを構築しています。2006年にはリ・ブランディングが行われ、それまで以上に一貫性のあるブランド・メッセージを世界中に発信しています。リ・ブランディングの実践により、英国〈教育〉のコンセプトが明確となり、発信する情報のクオリティが高まりました。世界の〈教育〉マーケットを目指す競争国にとっては今、Education UK ブランドは、ひとつの目安、言い換えれば羅針盤的な存在となっています。

Education UK ブランドの開発には、絶え間ない研究から得られた膨大な情報が生かされています。そして Education UK は自身の存在に客観的な目を向け続けます。自分たちが世界中の留学希望者にどのように受け止められているか。彼ら彼女らが主要な競争国と比較した時、Education UK はどう思われているか。もっとも効果的なアピールポイントは何か。それらのテーマをひとつひとつ検証しながらブランドづくりを推進したのです。

結果的に、Education UK が導き出したもの。それは英国が提供する〈教育〉は、[社会] [文化] [キャリア] などの領域まで幅広く関知しながら、広い意味で個人にメリットをもたらすものであるということ。つまり、単なる学問的知識を超えた深い見識を、個人に届けるものであり、現実の世界で役立つ自立した個性を育むことこそが、英国〈教育〉の流儀であるといった結論でした。Education UK ブランドを構築することで、英国〈教育〉の基本的価値観が明確となり、世界中の学生たちに提供するサービス・環境の内容が浮き彫りとなったのです。

さらに Education UK ブランドのリ・ブランディングによって、世界の中での英国〈教育〉のポジショニング、言い換えれば、諸外国の学生たちが英国を魅力的な留学先として選ぶ可能性を高めることに成功したのです。同時にブランド力の強化は、留学生の獲得ばかりでなく、さらなるメリットを英国にもたらしました。たとえば、諸外国に対しそれぞれの国の〈教育〉環境づくりに協力できるパートナーに成り得ること。さらに〈教育〉における専門知識をもつ情報ソースがある国だということ。英国は他国の〈教育〉づくりに貢献できるという新たなメッセージを発信したのです。

英国〈教育〉は、そのクオリティの高さを世界中に伝えるために、新たなマーケティング戦略を導入し続けています。Education UK はいま、PMI2 で示したそれぞれの方向性をカタチにするアクションプランと、コミュニケーションづくりを着実に進めています。その発展に不可欠だったのが、ベーシックなブランド・メッセージを構築し、Education

UK という枠組みを明瞭なものにすることでした。自身のブランド性に客観的な目を向け、常に世界の視線を意識し続けること。それこそが Education UK が変化を繰り返す理由です。

## ブランドを構築するために、それぞれのテーマを確立させる

ブランド・メッセージ、そのエッセンスをきちんと伝えるために。Education UK のコミュニケーションとマーケティング活動は以下のキャンペーン・テーマにフォーカスしながら展開されています。それぞれのテーマは Education UK ブランドと整合性があり、また学生たちの意思決定に影響を及ぼす大切なものです。

### ■ employability

雇用の可能性－雇用者が英国で得た教育と資格を有するとみなす価値、またこれにより学生にもたらされる就業機会。

### ■ innovation

イノベーション－指導と学習に対する独創的なアプローチ、新しい考えを開発し採用する意欲、卓越した研究に向けての熱心な取り組み。

### ■ language

言語－世界的に〈教育〉のマーケットが拡大する中で、現在も多くの学生が英国を英語の本場として、また英語の学習・向上の場として重視している。

### ■ value

価値－品質・投資に対するメリットを明確化、キャリア UP へつながること、カルチャー、さらに人格形成へとつながる経験の場を提供することなど、英国の〈教育〉が持つ立体的な価値の醸成。

## メッセージの伝達方法

英国を世界中の留学希望者にアピールするためには、様々な利用可能なチャネルを通じて、マーケティング活動を世界的・地域的に組み合わせる必要があります。

## メディアの統合

インターネット上の資料が学生にとって重要な情報ソースとなっていることが調査から明らかになっています。これに関連して「フェイスブック」や「myspace」といったソーシャルネットワーキングサイトの重要性が増しています。

Education UK ウェブサイトは、外国人学生にとって不可欠な情報ソースであり、昨年同サイトへの訪問者数は1,200 万に達しました。ウェブサイトの内容と機能は、常に更新され続け、新しい領域の項目も次々と作られています。たとえば、対象者を限定したメールマガジン（イーザイン）が40 万人以上のユーザーに配布されています。またネット配信の動画やユーザー作成のコンテンツによって、外国人留学生の経験について直接情報を収集することが可能になっています。

さらに、Education UK の印刷媒体としては、ライフスタイル雑誌『クラブ UK (Club UK)』と『ポストグラデュエイト UK (Postgraduate UK)』があり、加えて、英国の〈教育〉に関する必読ガイドといった一連の参考書があります。2007 年にはこうした冊子を15 万部以上作成し、5 カ国語で世界50 カ国以上に配布しました。

## Education UK、その存在をさらに定着させるために

英国優位のマーケットにある特定の学校、カレッジ、大学に対象者を限定したマーケティング活動は、英国での学習機会を促進する取り組みとして引き続き重視されています。ブリティッシュ・カウンシルは、多くのマーケットと関係を構築しながら、Education UK に注目を集める役割を果たしています。

教育関連の代理機関は影響力をもつ重要なグループです。特に PMI2 が重視する英国にとって優位なマーケットでは、存在感を増しています。これらの機関は海外留学を検討している学生にアドバイスし、英国および競合国で留学先を確保するのをサポートします。Education UK およびブリティッシュ・カウンシルが様々な代理機関と関係性を保ち、英国の〈教育〉とその提供内容を理解してもらうのは非常に大切です。ブリティッシュ・カウンシルは、PMI2 の支援を受けて積極的な訓練プログラムを通じて実施するなど、これまでに世界各国で 900 を超える機関を認証しています。また交流イベントや英国への訪問を企画・実施すると共に、Education UK の代理機関向け定期ニュースレターを作成し、40 カ国の 5,000 を超える代理機関と留学アドバイザーに配布しています。