

Profile

大嶽 一省 KAZUMI OTAKE

www.bird-kiss.com

www.in-com.jimdo.com



大嶽 一省（おおたけ かずみ）1955年生まれ 岐阜県出身（星野監督の頃の中日ファン）

●28年間にわたり、株式会社リクルートでメディア制作局エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクターとして主に高等教育機関のUI,SI,VI開発や広報制作に携わってまいりました。2003年に独立し、IN・COM株式会社を設立しました。リクルート時代の経験とネットワークを活かし学校の広報のお手伝いを中心に活動しております。その一方でアート作家として「アナログとデジタル」の関係をテーマに創作発表を行っております。また講演や大学の講師、そしてアート個展・美術館活動なども積極的に行っております



●淡交社主催・美術館ネットワーク研究会会員●JAGDA日本グラフィックデザイン協会会員
●CREATORS CHANNEL会員●日経主催デジタルパブリッシンググランプリ98にて
創作作品「BIRD・BOURBON」が大賞を受賞。日本の21世紀のクリエイターとして選出。

実績A：学校広報のコンサル・プロデュース・プランニングを主な業務としています。

個々の大学や学校が教育・研究・社会貢献という柱をベースに、どのような個性を持っているのかを開発し、広報コンセプトを御提案します。そのキャンパスにどんな生徒が集い、学び、卒業して社会参加してゆくのかという物語をシュミレーションし、大学の存在意義を、学ぶ立場から価値づけします。その上で、独自の広報手段・表現手段をご提案し実践いただいています。そういった視点をもったアプローチ手法が、安定し効率的な学生募集につながると考えております。またアイデンティティの核としてとても大切なシンボルである大学のマークやスローガン開発もさせていただいております。また、エンロールマネジメントの視点から、学内活性や卒業生ネットワーク設計などブランディング構築を目的としたプロジェクトにも多く携わっております。

実績B：コミュニケーションの活性化を目的とした活動として、

日本の次世代リーダー塾（経済同友会X地方分権委員会運営）の広報プロデュース。

大学付属の中高キャンパス移転に伴う学内外の意識の統一化活動、

設計会社とのコラボによるUI開発。

茨城県小美玉市の文化センター「みの〜れ」のアートプロデュース。

統合した小美玉市住民意識の醸成活動（市民の日）

創作作品のBIRD美術館（安比・みの〜れ・那須高原・軽井沢など）の活動。

実績C：アート活動とのコラボで多くのコミュニケーション・キャラクター、

ブランドキャラクターを創作開発。

●仕事の考え方 (1)

自分たちで解決しようとしているが、うまくいかない。時間もない。だったら、プロに任せませんか？プロに任せ、教わった、よくわかった、今度は自分たちでやってみよう---というサイクルソリューション、つまり「セルフソリューション（自己解決）」と「プロソリューション（他者解決）」が、行ったり来たり、まるで循環しているように回り、課題を解決に導いてゆく。私の考える広報コミュニケーション・プロデューサーとしてのスタンスです。どうぞ、お声をかけてください。

●仕事の考え方 (2)

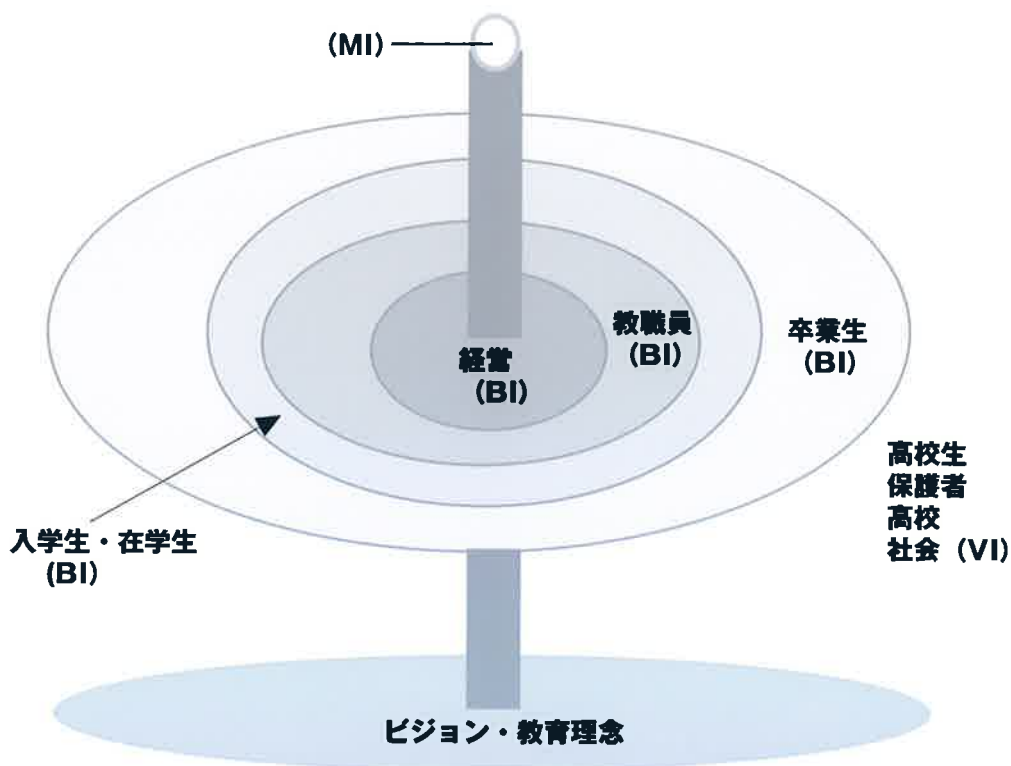
「進学希望者から選ばれる」教育機関として生き残っていくためには、学校自身の理念・ドメイン・ビジョンなど、学校の存在の根幹をなすアイデンティティの創造が必要であり、コミュニケーションレベルにおいても、オリジナルなイメージ作り、顔作りへのトライアルが急務です。私の担当したことのある教育機関の方々から、「現在の広報戦略、施策について、どう思うか」という投げかけをされることがままあります。そんな時、いつもこうお答えしています。「この学校は、本当に世の中に必要ですか」と。この本質的なテーマを一緒に考え、突き詰めていくことで、新たな存在価値を発見し、価値づけしていくことができると思っています。

伝え方や、表現からの展開ありきではなく、何を伝えていくのかという、いわゆるアドミッションポリシー作りから始めようということをご提案していきたいのです。その上で、その延長線上にあるクリエイティブ表現への連動、コミュニケーション・スキルの展開といった伝え方の手段の構築についてオリジナリティを大切にしながらプロデュースしていきます。私たちが関与するかぎり、情報は「製品」であり、そこには、当然「品質」があります。品質のよい情報とは、とてもスムーズでストレスのない情報だと考えます。これからの学校広報プロデューサーの役割は、学校の本質をしっかりとらえ、それを整理整頓し、高校生をはじめ、学校を取り巻くコミュニケーション対象に「品質のよい情報」を提供してゆくことだと思っています。

仕事の考え方 (3)

学生募集の広報プラン、新設広報や周年事業をUI（ユニバーサル・アイデンティティ）SI（スクール・アイデンティティ）やVI（ビジュアル・アイデンティティ）の視点でプランニング、さらにはブランディング 広告や、周年事業の募集基金プランなど、幅広く活動させて頂いておりますが、特に学校の情報をただ提供する広告のような直球だけでなく、気づいたターゲットと深いところでコミュニケーションできる、いままでトライアルしてきたインボルブメント広報（2way）と平行してアートのもつ特性を生かしたオリジナルな広報戦略を提案しています。アートとは、「あっ、こんな世界知らなかった！」という、なにかニマリとした喜び、未知の世界を頭だけでなく、五感で感じることができるもの。これからの学校広報は、高校生や社会人などの気持ちに深く訴えることで、学校と結びつけることが最も大切です。進学や入学までの課程に見られるターゲットの現実的な変化に対応して、個人との関係にまで幅を持たせた会話（情報の送り手と受けてのギブ&テイクの関係を築く）を、双方向コミュニケーションという視点で、幅広くご提案させていただきたいと考えています。さらには、「学校と高校生・社会人」という関係のコミュニケーション軸を「学校と在校生・受講生」「学校と卒業生」「学校と社会」という関係のコミュニケーション提案へコマを進めて、最終ゴールを「ファンづくり」「ブランドづくり」にまでミッションをもったお手伝いをしたいと思っています。

また、学校広報に限らず、「行政と住民」「企業と消費者」や「大人と子供」「親と子」「自然と子供」そして「日本と世界」「地球と宇宙」の関係のコミュニケーションへ・・・情報の共有化はもちろん、視点（価値観）の共有化をめざしたコミュニケーションを、創作活動から得た手法を用いてさまざまな分野で提案してゆけたらいいなと考えています。



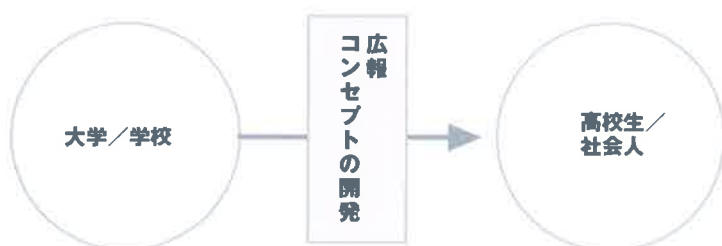
●仕事の範囲

学校広報を効果的に推進してゆくために様々な課題解決型広報プロジェクトを推進します。

- 募集ブランドを確立するための広報戦略提案
- 学園全体のグランドデザインを軸にした広報提案
- 顔づくりのための提案(広報表現スタイルの統一・継続)
- 個性を引き出し、積極的な広報を展開していく提案
- 新増設を契機に、学校全体のイメージUPをはかるための提案
- 周年事業を契機とした新たな広報戦略の提案
- 学校広報をベースに、学内の活性化を狙った戦略提案
- 地方の学校ならではの独自の広報戦術の提案
- コミュニケーションをスムーズにするための戦略・戦術の提案(インボル、2WAYコミュニケーション)
- 高校生をターゲットにした入学案内制作ディレクション
- トータルプランニングを軸としたメディアプランの構築
- ブランド戦略による募集促進策の提案
- UI・SI(VI)をベースにした広報提案
- キャラクターコミュニケーションを軸にした広報提案
- キャンペーン展開を柱にした広報提案
- OBネットワークの構築をねらった募集広報の提案(新設校やOBをこれから輩出していく学校の基盤作り)

ヒント OTAKE WORKS ①

●なにを伝えるために広報されていますか？



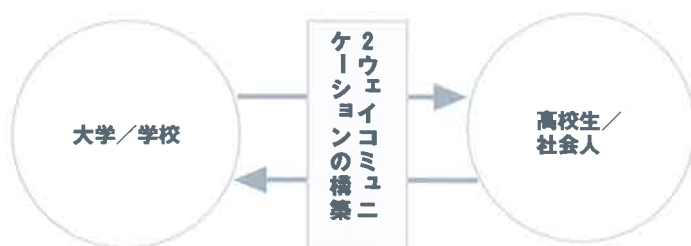
●学校側の論理で情報を提供していませんか？



●理念を今の言葉で置き換えていますか？



●どんな反応を期待されていますか？



●理念を今の言葉で置き換えていますか？



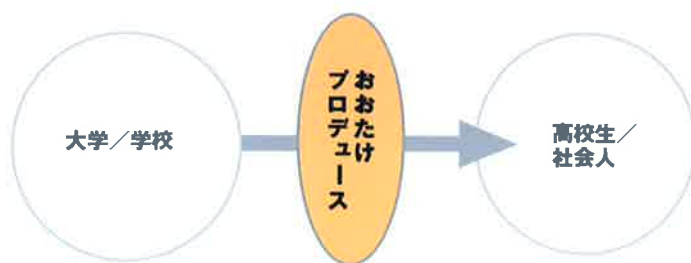
●読者の情報交換に使えるメディアですか？



●どこを競合として設定していますか？
意識して広報していますか？

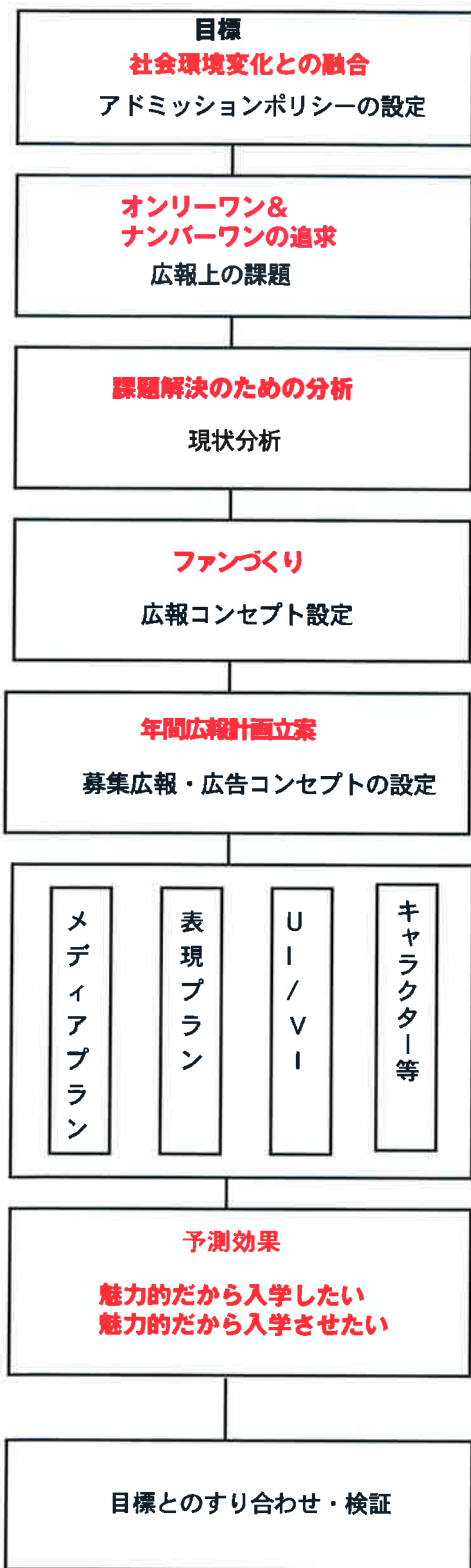


●学校の課題解決型広報プロジェクトを提案します。



ヒント OTAKE WORKS 2

●募集広報プランニング提案のフロー



- グランドデザイン（学園の全体構想）の展望設計
- ドメイン・理念の創出
- 経営資源の価値付け
- 顧客オリジナルな課題の発見
- 顧客オリジナルな課題解決の方向
- 顧客オリジナルな課題解決策の検証・立案
- 教育内容の確認・提案（品質UP）
- ポジショニングの設定
- マーケット層の分析
- ターゲットの設定・分析
- 競合分析
- 形成すべきイメージの価値付け
- 優位性の創出
- 戦略の方向性---
募集広報と学校広報の棲み分けと連動
- 社会的評価・価値の確認
- 募集力の核となる価値の発見
- 広報・募集組織の改革
- SWOT分析・非入学調査
*進学アクセスフローの再編
- トータルコミュニケーションプラン
（コミュニケーションターゲットの設定）
- コミュニケーション戦略のフロー
- 募集広報設計プラン
- 募集活動の機能設計（情報提供・収集・動機形成・選別選考）
- 広報上の表現計画設定
- メディアの活用プラン
（ネット・HP・イベントなどの連携）
- メディアへの情報加工プラン
- タイアッププラン
- 広報上の表現計画設定
- メディアへの情報加工プラン
- メディアの広告表現プランニング
- メディアの制作ディレクション
- メディアの実作～入稿～納品管理
- 入学価値の醸成
- 設定ターゲットの分析
- キャラクターズの研究
- ターゲットの学校選びの選択眼U
- 第1志望層の確保

建学・創立の理念に基づいた志を大事に、戦略を考える。

新設・学部改組・短大の大學化・専各の社会人化・学園統合化などの背景から、学校自身の理念・ドメイン・ビジョンなど学校の存在の根幹をなすアイデンティティづくりの必要性。また、コミュニケーションレベルにおいてもオリジナルなイメージづくり、顔づくりの必要性。これは、顧客の共通する課題である。

コンセプトを確立してゆくための理想的な流れを想像する。



www.bird-kiss.com



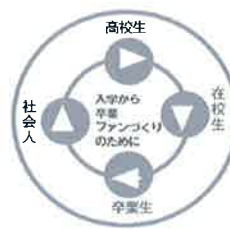
IN・COMのアート活動を紹介したオリジナルサイトです。アートを通じて人と人のコミュニケーションを考えています。とくに、「BIRD」をモチーフにした創作活動を中心に展開。単なる美術館という枠からはみ出して、BIRDにふれた人同士がコミュニケーションできる場「BIRDステーション」というスペースを那須高原にリニューアルオープンしています。



www.in-com.jimdo.com



IN・COMの事業活動を紹介したオリジナルサイトです。学校広報を効果的に推進してゆくために様々な課題解決型広報プロジェクトを推進しています。また、エンロールマネジメントの視点から、OBネットワークの構築の設計・運営もお手伝いしています。事例のご紹介についてはオープンしておりません。お手数ですが直接お問い合わせ頂ければ幸いです。



IN.COM Co.Ltd. (株式会社インコム) 代表取締役社長 エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター **IN・COM**

現代アーティスト 大嶽 一省 (Ohtake Kazumi)

164-0001 東京都中野区中野2-29-15-807 Tel.03-6304-8770 Fax.03-5342-8771

●IN.COMのHP www.in-com.jimdo.jp ●IN.COM e.mail ootake@in-com.jp

●BIRD/HP www.bird-kiss.com ●Mobile 080-5683-7022

●日本グラフィックデザイン協会会員 ●Creators Channel会員 ●美術館ネットワーク研究会員

●日経デジタルパブリッシング98「BIRD・BOURBON」大賞「21世紀日本のクリエイター」に選ばれる。

ご連絡はHomePC e.mail **0117110911@jcom.home.ne.jp** へお願いします。スピーディに対応いたします。