

学校・教育機関のみなさまへ

HOW TO MARKET NEW GENERATION

現代の若者たちの学び、ライフプランを支援する学校であるために
学校のブランディング、プロモーションはどうあるべきか？
詳細な若者研究から、新しい「学校のあり方」をご提案する
プロジェクトのご紹介です。



**GENERATION Z
SCHOOL ASSIST PROJECT**

GENERATION Z SCHOOL ASSIST PROJECT

株式会社スタンダード通信社

1958年設立の総合広告代理店。
消費者分析、インサイトマイニングを重視する姿勢から三浦展氏との共同研究
「Generation Z(15-22歳)研究」を実施。2007年には『日本溶解論』を出版した。
消費者視点の戦略とそれを表現するクリエイティブ、媒体、プロモーションの
クロスファンクションチームの一貫性に特長がある。

特別顧問

三浦展氏 (カルチャースタディーズ研究所主宰 / 消費社会研究家)

若者研究のベストセラー『下流社会』著者。
最近の著作に、『合格力 子どもの成績は親で決まる!』『承認されたい自分の時代』
『平成女子図鑑』『非モテ! 男性受難の時代』『下流社会マーケティング』、
スタンダード通信社との共著『日本溶解論』がある。

ご要望に応じて、講演会やセミナー、または貴校向けにカスタマイズした内容で
School Branding & Promotionのご提案を行ないます。
ご希望がございましたらお申し付けください。

お問い合わせ先

株式会社スタンダード通信社 担当: 森

TEL: 03-6439-8553 E-mail: info@generationz.jp

現代の若者は、大きく変化しています。
商品・サービスの広告・コミュニケーションにも
大きな変革とチャレンジが必要です。

若者たちの変化-Generation Z 研究を通して

来年、進学する18歳は1991年生まれ。
不況期に育ち、経済成長を知らず、男女の役割論、
終身雇用など日本のさまざまな生き方の規範が揺らいだ時代を
生きてきた彼らの人生観はこれまでの世代と大きく異なります。

よりレベルの高い大学へ！より大きな企業へ！より豊かな暮らしを！
・・は、すでに彼らには魅力のないコンセプトとなり、
理想の生活を実現するため、人間形成の手段であった「教育」についても
新しい考え方で選び取るようになっていきます。

このような時代、彼らが望ましいと考える「学校」は今までとは違うはず。

社会の要請-若者を育て社会に送り出すために

経済状況や社会の変化を背景にして
フリーター、ニート、不登校、学校崩壊、学力低下・・・
重要な社会資産であり、日本の担い手である若者たちが、社会にうまく
適合できない状態が、大きな社会問題となっています。

社会の要請に応えるべく、「教育機関」の重要性は増すばかりです。

今こそ、この時代に適合した「教育」のあり方が問われています。

<http://www.generationz.jp/>

ご提案内容(予定)

当プロジェクトチームでは、2006年から3年に渡り、のべ3000人以上の若者を対象にした
調査を実施、社会学や若者研究者のプレーンとともに共同研究を行なってまいりました。
また2009年5月には、高校生・大学生に絞り込んだ新たな調査を追加。
これらの情報をベースに、望ましい教育機関のあり方をご提案いたします。

調査結果を使用し、具体的に分析します。

