

Presentation

しずおか学生広報部

Shizuoka Student PR Team

—「発信」を超えた「発見」を学生の手で—

静岡県立大学 1年：櫻井愛乃

静岡大学 1年：平野結杷

01 目的

02 企画背景

03 ターゲット

04 企画内容

05 実証結果と課題

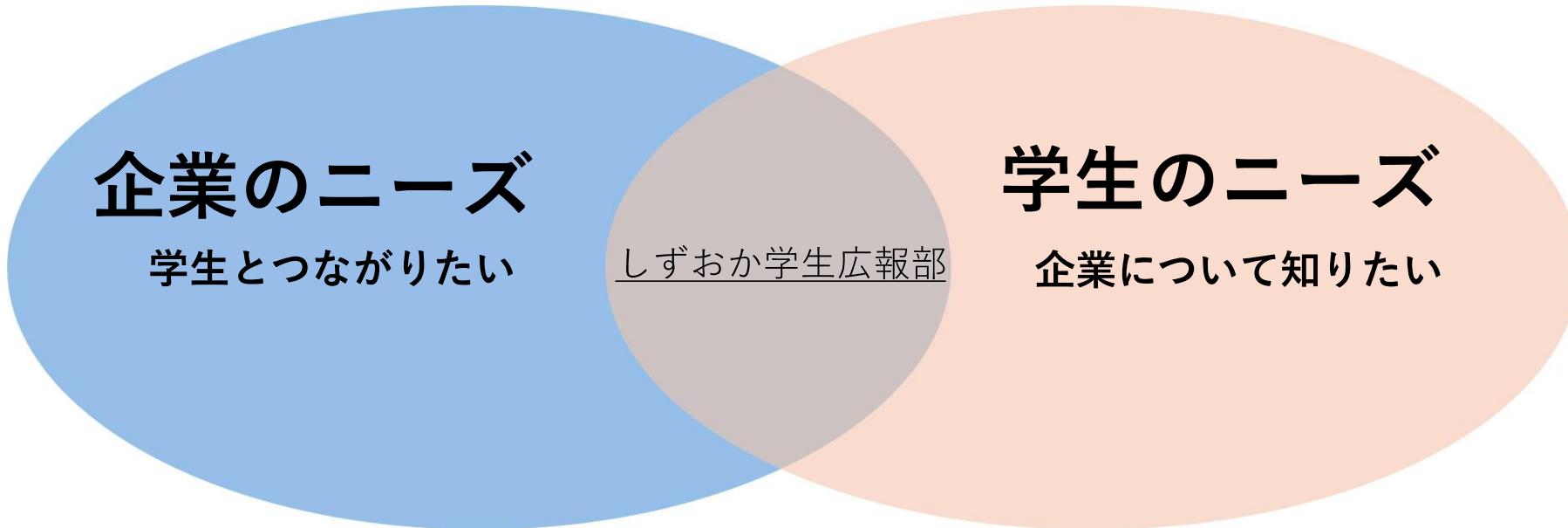
06 収益構造

07 今後の展望

現状 人口減少が進んでいる



県内就職率を上げて人口減少を緩和したい



A Venn diagram consisting of two overlapping circles. The left circle is blue and contains the text '企業のニーズ' and '学生とつながりたい'. The right circle is orange and contains the text '学生のニーズ' and '企業について知りたい'. The intersection of the two circles is shaded grey and contains the text 'しずおか学生広報部'.

企業のニーズ

学生とつながりたい

しずおか学生広報部

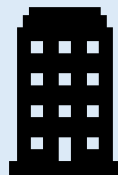
学生のニーズ

企業について知りたい



学生

実践経験を
積んでみたい人



企業

学生と繋がりたい
学生向けの
広報をしたい



動画発信

学生が作成した
動画発信

01 企画概要

Mission

ミッション

「学生と地元企業の距離を縮める」

学生: 地元企業をより知る機会を得る

企業: 学生とつながる機会を得る

01 企画概要

Vision

ビジョン

「学生が地元企業を知ることが当たり前になり、
企業と学生が継続的につながる静岡市をつくる」

「学生が地元で働く選択肢を持てるように！」

01 企画概要

Value

バリュー

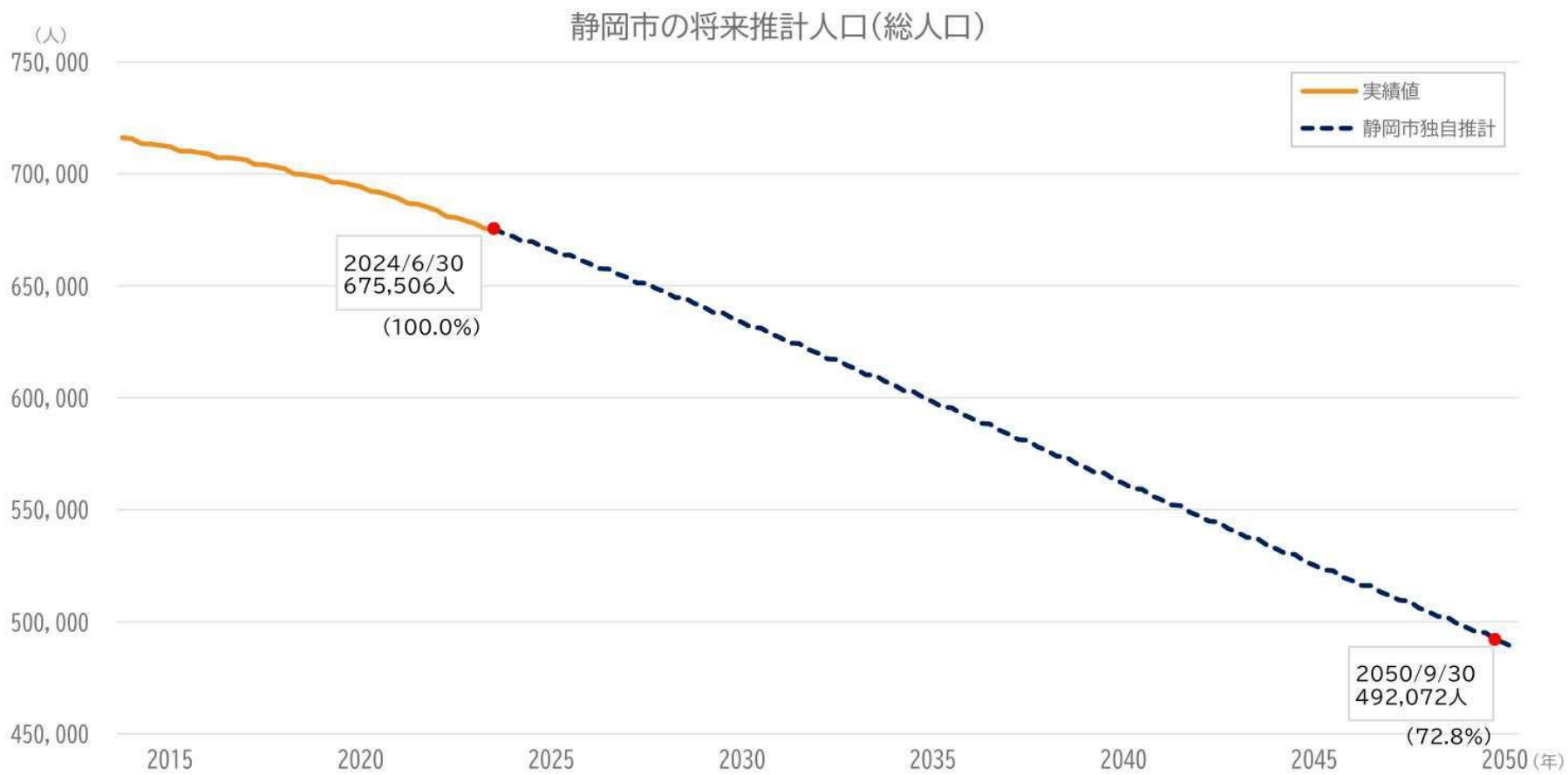
学生: 実践経験・人脈・キャリア形成につながる

企業: 若者との接点・若者目線のSNS発信・認知度向上

地域: 若者が地元を知り、地域との接点生まれる

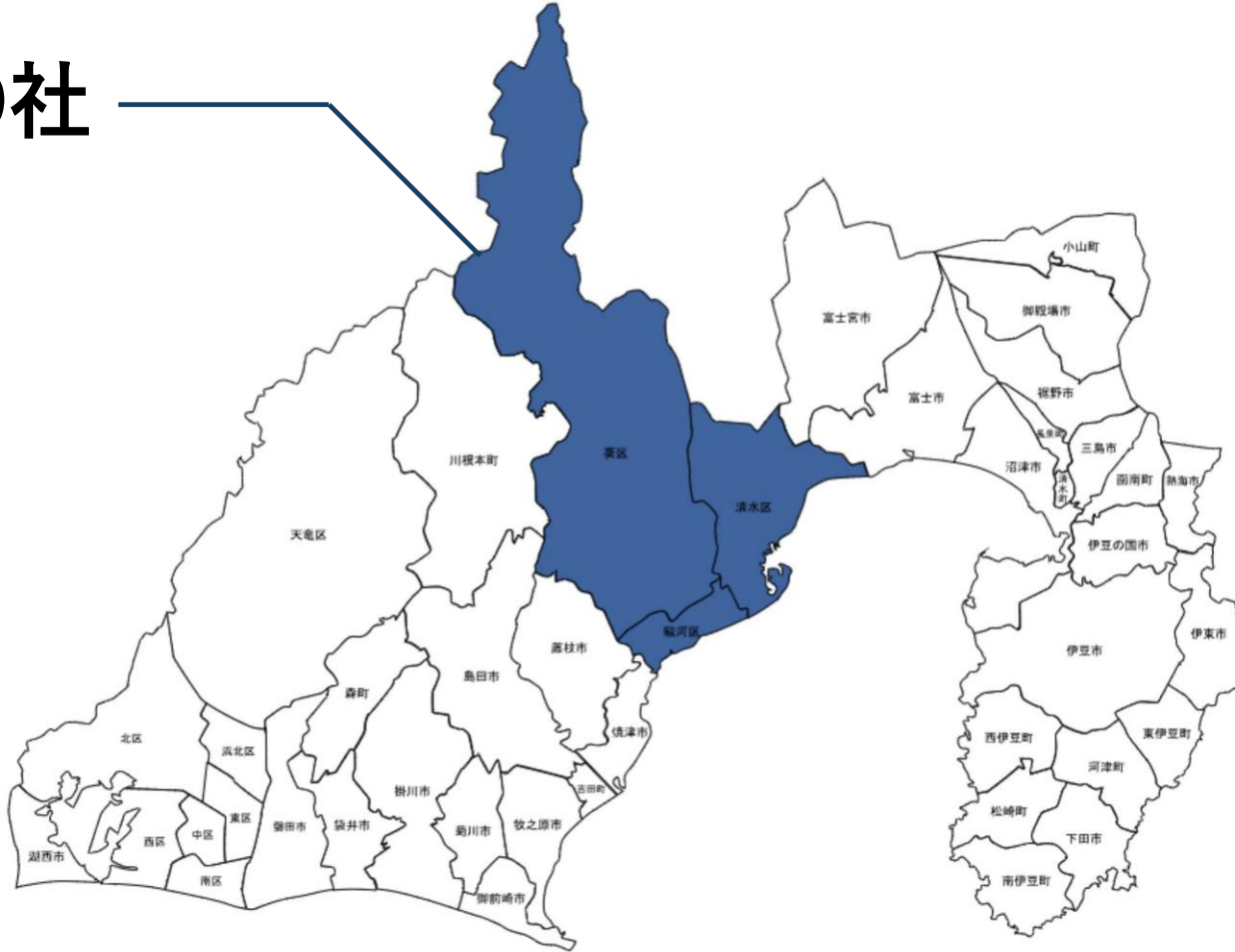
県内就職率upにつながる

02 企画背景



出典: 静岡市「住民基本台帳」を基に推計

Year	Number of people (millions)
1990	100
1995	100
2000	120
2005	110
2010	105



自身の気が付き



課題の発見



挑戦したいこと



静岡市の企業数は
とても多いのに魅力を知らない

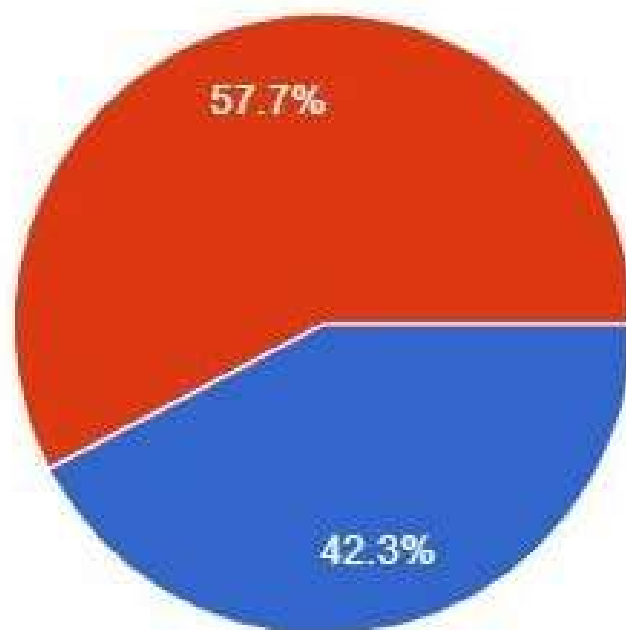
学生と地元企業の上に
【距離】があるのではないか

学生だからこそ見つけられる
企業の魅力を、
学生自身の言葉で届けたい

03 ターゲット

企業自身が作る紹介動画と、学生が取材して作る動画では、
どちらに興味がありますか。

回答者 26名



● 企業自身が作る動画

● 学生が作る動画

—— 既存のプラン ——
静岡市お仕事log



高校生がターゲット



企業の認知向上がメイン



イベント型の企画が多い

—— 当プラン ——
しずおか学生広報部



大学生がターゲット



県内就職への橋渡しがメイン

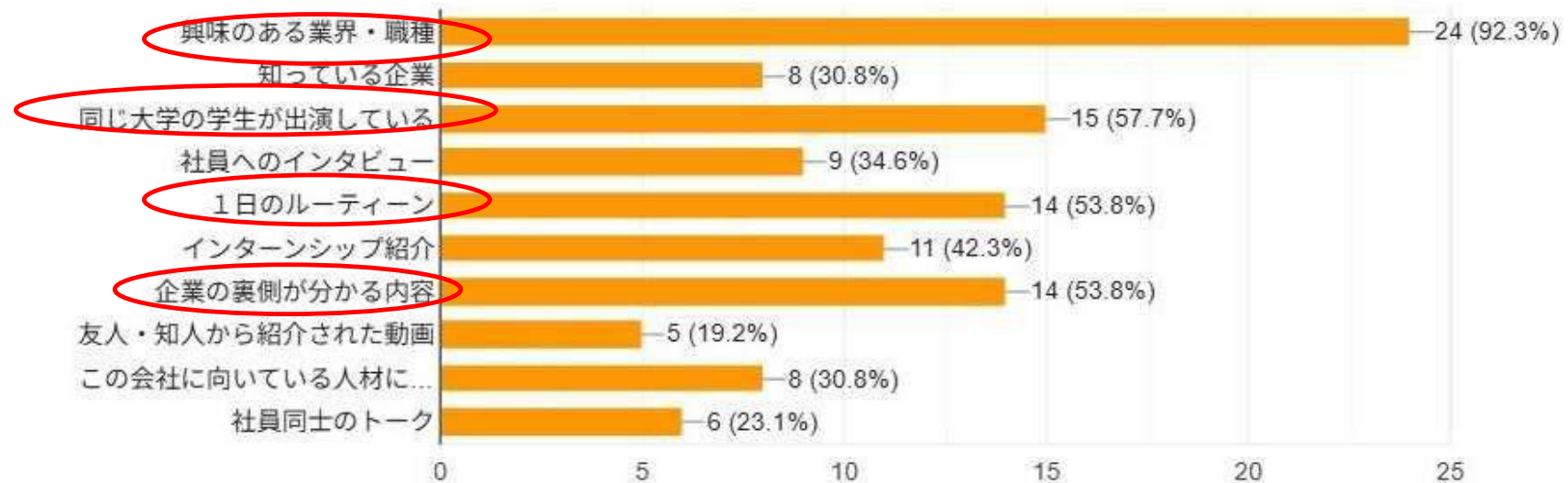


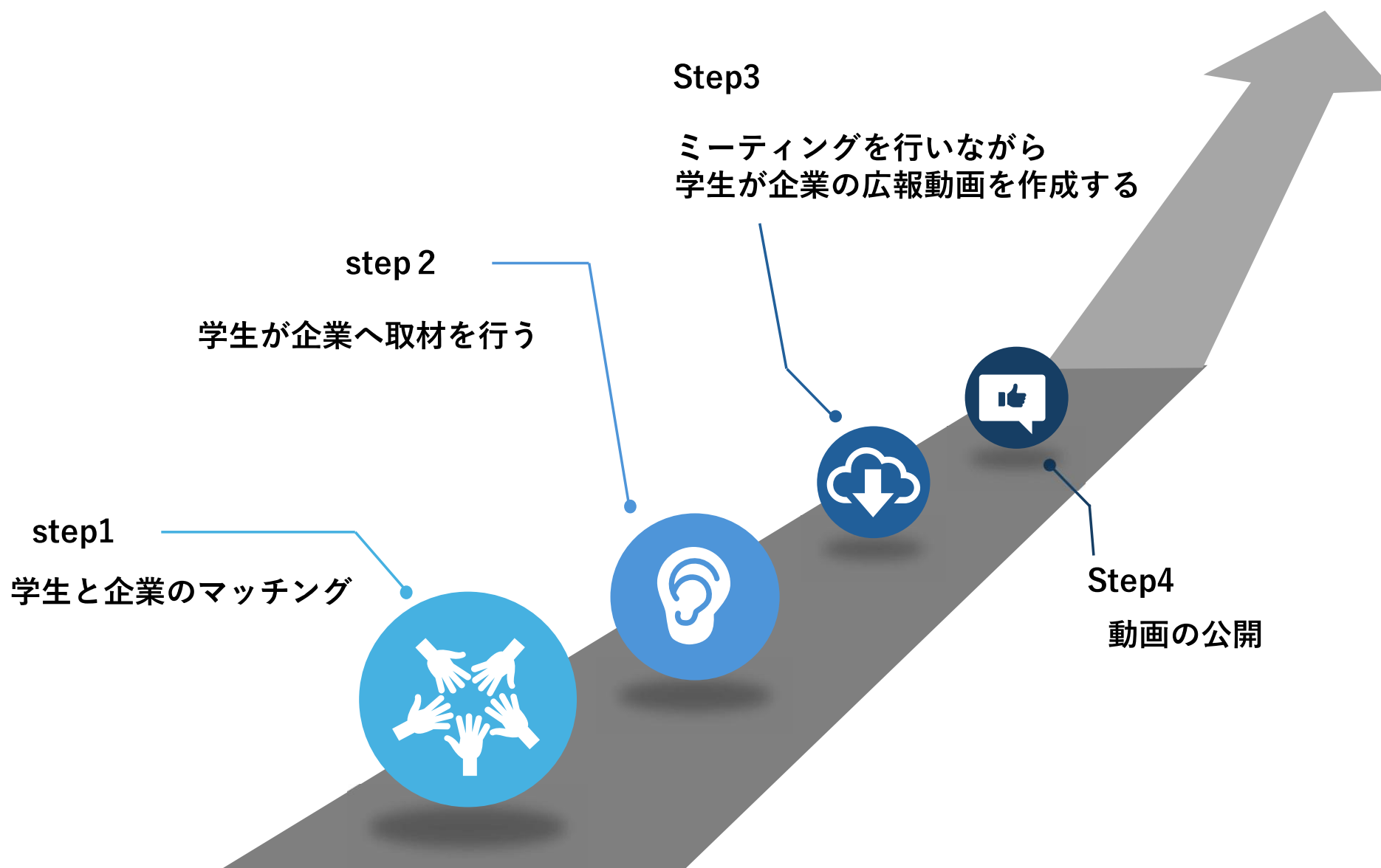
学生と企業のパイプと継続的に

04 企画内容

どんな動画なら実際見てみたいですか。

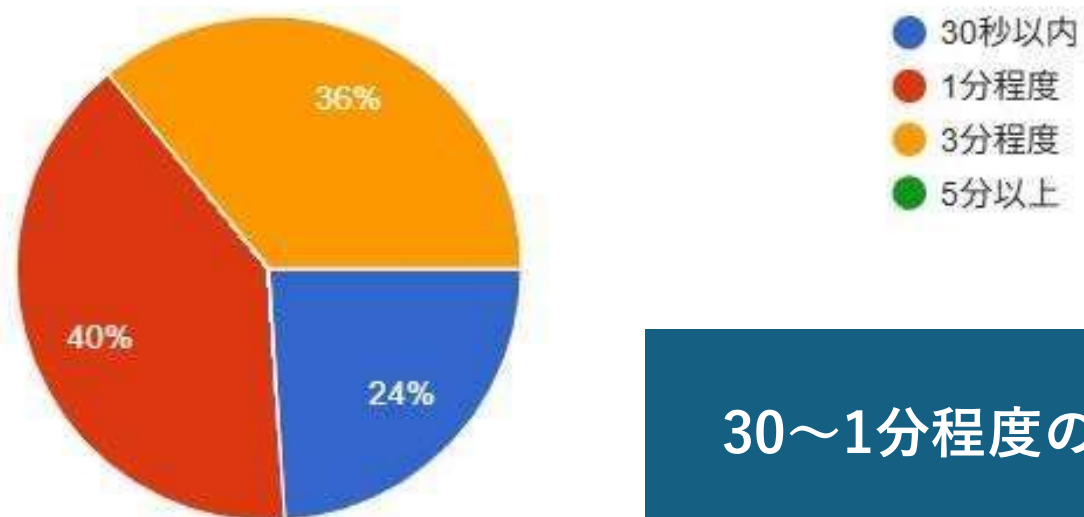
回答者 26名





企業紹介動画をみるならどのくらいの長さが見やすいですか

回答者 26名



30～1分程度の回答割合が最多

作成する動画についての概要



内容

学生の求めている内容





媒体

Instagramのルール
大学のHP

A white icon of a laptop computer, set against a dark purple square background.



創造性



学生ならではの目線
SNSで流行しているものを
即座に取り込める



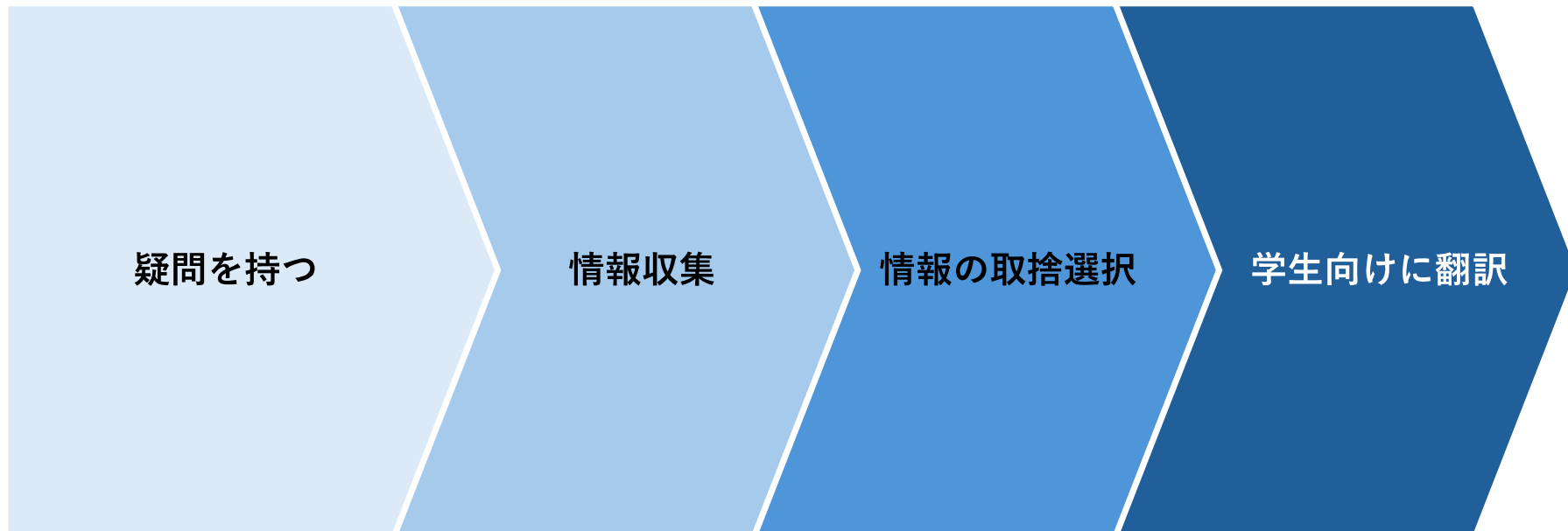


尺

Instagramのインプレッションを
最も稼ぎやすい時間が15～60秒
投稿秒数の制限が90秒

▶ 30～1分程度

学生目線＝学生が動画を作ること×



学生が「情報を受け取る側」から「企業の魅力を発信する側」へ

学生 × 企業の共同で行う広報企画

05 実証結果と課題

☆実証概要

目的： 企画の課題発見&実際に取材・動画制作をして企画が成り立つか検証

事前準備：取材進行の打ち合わせ・軽い企業紹介をオンラインで

協力していただいた企業： JA静岡中央会 様

取材日： 9/9

実際に動画1本作りました！







手前が採用やお金について、奥が広報担当のデスク！

研修について📄
管理職になっても知識更新の場が！

おいしいお茶も 🍵



2-9. 中央会の主な事業

⑥教育研修

(新採用職員から幹部職員・役員まで約8,000人の教育)

案内してくださった職員の方



- ・ JAそのものが大きな組織で、協働が必須。
- ・ 職場に売店や階ごとに自販機があるのも👍
- ・ 農学部以外の出身も多い！



☆企業側のメリット

- ・学生に伝わる言葉への「翻訳」
- ・企業自身も新しい魅力を発見できる
- ・今後の採用活動にも活かせる

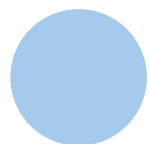
☆見えた不安

- ・動画をどれだけの学生に見てもらえるか
- ・採用にどれだけつながるか

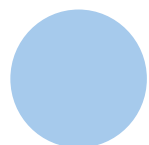
JA静岡中央会
人事担当者さんに聞いてみた！



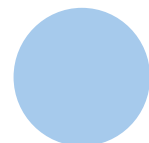
取材を通して感じたこと



現場だからこそ
知らなかった魅力が見つかる



学生の疑問が、
企業から新しく情報を引き出す



学生が
「学生に伝えたい情報」を選べる

改善案



企業とのスケジュール合わせは
計画的に進める

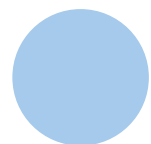


事前にある程度質問を用意し、
0 から臨むことはないようにする

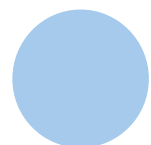


この企画の成果が、企画実行後
に報告できる仕組みを作る

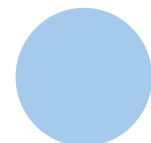
—— 動画作成を通して感じたこと ——



インプレッションを稼げる
尺の秒数が短い



学生の需要に適した動画作成



流行を追いすぎない

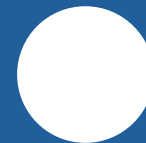
—— 改善案 ——



動画をパートごとに分け
短時間の動画を複数投稿する



アンケートなどを定期的に行い
需要を正確に常に把握する



企業ならではの魅力発信という
目的から逸れないように要項を
作成した方が良い

06 收益構造

05 収益構造 | 価格体系（ホップ・ステップ・ジャンプ）

☆トライアルを通した実践を第一優先。

項目	ホップ（学び期）	ステップ（実績構築期）	ジャンプ（事業化期）
位置づけ	トライアル・実験段階	実績を積み上げる段階	本格的な事業として展開
対象企業数	2～3社程度（先着・審査制）	5～10社程度	継続受注（上限なし）
価格（単発）	0～3万円 （実費のみ）	3～8万円／本	8～15万円／本
月額プラン	なし	お試し 3万円～／月	5～12万円／月 （分析込み）
含まれる内容	取材＋動画1本 ＋簡易SNS投稿	取材＋動画＋投稿 ＋簡易分析報告	取材＋動画＋投稿 ＋分析＋改善提案

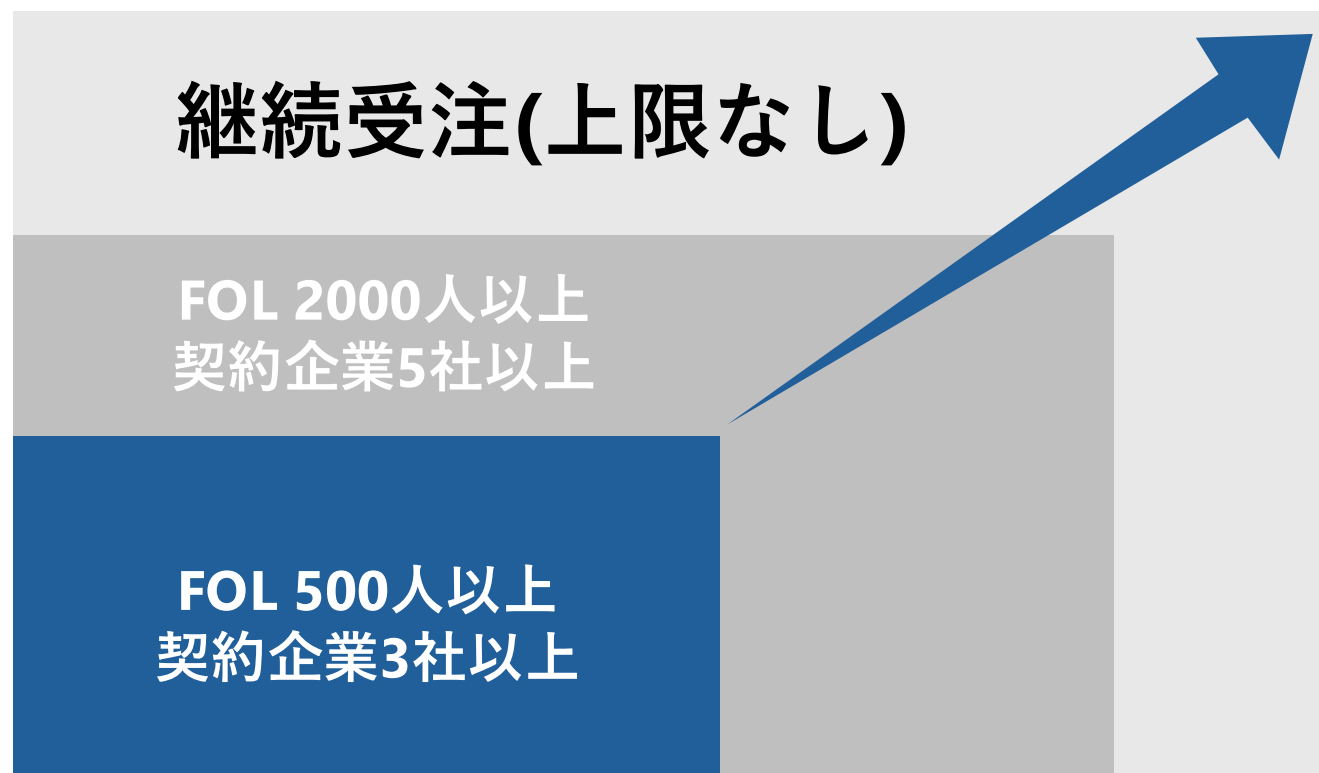
移行の目安：ホップ→ステップ＝フォロワー500人以上＋契約企業3社以上／ステップ→ジャンプ＝フォロワー2,000人以上＋契約企業5社以上
※価格は静岡市内中小企業向けSNS動画制作の一般相場（1本15～30万円程度）を踏まえ、学生制作であることを考慮した想定値

07 今後の展望

企画の拡大方法

★契約企業 3 社獲得後→ 3 大学を中心に学生記者を募集。学年学部不問。

ジャンプ
↑↑↑
ステップ
↑↑↑
ホップ



ビジネスとして「お金」はもちろん大切。しかし・・・

企業と学生の 「接点」づくりに 注力している



あなたと一緒に、「発見」しませんか？

しずおか学生広報部

Shizuoka Student PR Team