

# 3年生「星大2年生向けオーダーメイド型インターンシップ」+ 2年生「企業PR動画絵コンテ作成インターンシップ」プログラム

団体名●神崎ゼミナール／代表者名●神崎淳子(経済学部経営学科・准教授)

## はじめに

神崎ゼミでは、チーム視点で課題に取り組むこと、共同学習の場を作り出すこと、以上の2点に取り組んでいる。共創インターンシップ事業では、①神崎ゼミ3年生(専門ゼミナールⅠ・Ⅱ)が、連携先の2企業とともにインターンシップの企画づくりに取り組んだ。また、②神崎ゼミ2年生(基礎専門ゼミナールⅠ・Ⅱ)は、3年生が企業と企画したオーダーメイド型のインターンシップに実際に参加し、地域企業の課題に対する成果物を報告した。

## 活動内容

8月以降、神崎ゼミ3年生は協力企業2社を複数回訪問し、インターンシッププログラムづくりのためのインタビュー調査を実施した。結果、各企業のつよみ、またPRポイントが上手く伝えられていない点に注目した。学生視点から各企業の魅力を伝えるために、企業PR動画の絵コンテを作成するインターンシップ企画を考えた。

11月以降、2年生は企業分析や業界分析を行い、企業訪問をしたうえで、動画絵コンテを作成し、成果報告のためのプレゼン資料の作成、1月20日に企業やゲストを招いた成果報告会を行った。

**企業A(菓子製造)：**お土産物菓子の製造に強みを持ち、日本全国や海外の観光地で販売されているが、BtoB企業であるため販売される段階では会社名が認知されていない。働いている人や求職者に強みが伝わっていない事がわかり、ブランド認知を高める企業動画の絵コンテを作成した。

PR動画絵コンテ①従業員・求職者向け：企業が取り組むSDGsのゴールを示すとともに、女性の働きやすさなど多様な人材が活躍する様子を伝え、イノベティブな会社であるとPRした。

PR動画絵コンテ②従業員、地域の人向け：全国各地のお土産物屋に企業Aのお菓子が置かれており、笑顔を作り出していることを伝える絵コンテを作成した。

**企業B(宿泊業)：**コロナ禍のビジネス客の出張需要の低下など、新たな顧客獲得に課題があると考えたため、新たなターゲットとなるグループにホテルの新しい使い方を提案する動画絵コンテを作成した。PR動画絵コンテ①ビジネス客・若者向け：都市型観光の拠点としての利用を提案した。ホテルの立地や地元食材を提供している無料朝食に注目し、地元の人お勧めが楽しめる宿泊先であることをPRした。

PR動画絵コンテ②既存顧客以外の利用者拡大：女子会の会場としての利用や、メイクルームとして、またオンライン会議のためのワークスペースとしての利用など、回転率を高める日中の利用を提案した。

## 成果、結果の考察

プログラム参加学生にとっては、インターンシップを企画する、というだけではなく、企業との連携により実践的な事業運営の方法を経験した。

また、2年生は企業が伝えたい情報を受け取るだけではなく、自分たちで企業の情報の中から良い点を見つけ、学生に伝えるためのコンテンツづくりに取り組んだ。また、企業課題にとりくむために自ら情報を探す力を身に付けることができたと考える。

## 今後の課題、展望

産学連携型の実践的な学生の学びやそれらを通じたキャリア思考の形成の機会として発展させたい。

