

未知への挑戦

素人1年生が作った富山県立大・高校生認知度UPビデオ



課題

「富山県立大学」が県内外の高校生に認知されていない

解決策

「富山県立大学生の1日」のPVを制作しSNSで拡散
県大について知ってもらう機会を作る

清水ゼミとしての活動

STEP FOUR
分析



STEP THREE
公開



STEP ONE
企画

S	C	Picture 画像	Action 内容・効果・意味
2			校舎に入っていく
3	1		友達と挨拶を交わす

STEP TWO
撮影



動画班📷

(実施内容)

- ・ 絵コンテの作成
撮影したい場所や、状況を話し合い、Googleのツールを用いて絵コンテを作成
- ・ エキストラの募集
- ・ 動画撮影
GoProを使ってゼミの生徒で撮影
- ・ 動画編集
Adobe Premiere Proを使って、生徒自身で編集
- ・ 動画公開
YouTubeにアップロード



メンバー：川端、岩見、鵜井、水野、森川、松崎、吉川

感想・学び

(企画・撮影)
撮影スケジュールの調整やエキストラへの説明会に多くの時間がかかり、日程調整や準備の大切さを知った。

(動画編集・公開)
初めて動画編集ソフトを触り、明るさの調整や、シーンごとのトランジションの重要性を理解することができた。

SNS班📩

(実施内容)

YouTube、TikTokを通して全国に富山県立大学の魅力をPR

(結果)

総再生回数
3,000回以上

TIKTOK 2,603回、YOUTUBE 595回

(考察)

- ・ ランキング形式の動画が伸びる傾向があった。
- ・ 夕方に投稿する方が伸びやすい。

メンバー：藤田、羽田、坂田、金高、濱田

感想・学び

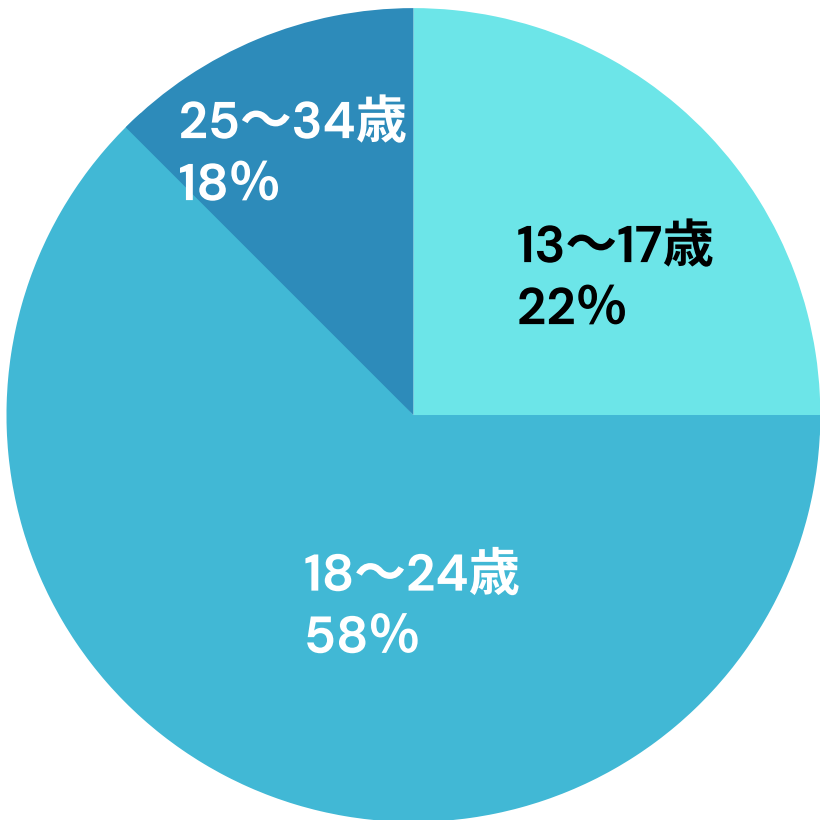
(動画制作)
普段、娯楽として使用するSNSから課題解決のアイデアが多く得られ、SNSへの向き合い方の幅が広がった。

(公開)
発信する上で、ただ魅力を伝えるだけではなく、視聴者が本当に求めていることを分析することが大切であると感じた。

データ分析

- ・ YouTubeの視聴者割合は男性80%、女性20%。
- ・ TikTok再生回数1位「北陸の公立大学名前順に並べてみた」
↓
視聴者(県内外の高校生)が知りたいことから大学の紹介につなげた動画であった。
- ・ 他の動画は魅力の発信が軸になりすぎていた。

年齢別YouTube視聴者割合



メンター：株式会社IoTTRY 加藤