

教育・大学 | 専門情報を 参加・出願の判断材料へ変えるショート動画

学びの内容と学生生活を、進路選択に役立つ情報へ整理する。

見たい人が、次に確かめたいことから考える。

受験生

何を学び、どんな活動ができるか

保護者

学費・支援・相談の窓口

参加検討者

イベントの内容と申込方法

視聴者と次の行動を一本ごとに決めます。出願や参加の増加を保証するものではありません。

見る人の疑問から、**進路選択に役立つ一本**を考えましょう。

学部名より、授業で扱う問いを具体化する。

企画の例

- 授業でどんな疑問を扱うか
- 学生は何を調べ、どう発表するか
- 実習やゼミで何を経験するか
- 教員に相談できる機会はあるか

専門用語には短い説明を添え、初めて学ぶ人にも分かる入口を作ります。

身近な問いから、**学びの面白さ**を伝えていきましょう。

一本の動画を、学びの一場面に絞る。

台本の型

問い

どんな疑問を考える授業か

場面

実際に何をしているか

学び

どんな考え方を身に付けるか

次の行動

詳細や見学の案内

授業の一例と、全員に共通する必修内容を区別します。

一場面を丁寧に示すと、**学びの姿**が想像しやすくなります。

学生の声は、経験の範囲を明らかにする。

確認する項目

- 所属・学年・撮影時期
- 本人が実際に経験した内容
- 個人の感想と大学の制度の区別
- 公開してよい名前・顔・声の範囲

都合のよい一言だけを抜き出さず、本人の意図が変わらない編集を心掛けます。

学生自身の言葉を大切に、**経験が伝わる**編集を心掛けましょう。

制作実務と育成実務を、 同じ流れで教えられる。

ショート動画屋さんは、広告、SNS運用、通販、営業、採用など目的の異なる動画を
200社以上・3,000本以上制作してきました。

ディレクター・構成・撮影・編集を分け、複数人で速く品質を揃える制作フローを運用しています。

制作フロー（役割を分けて、速く品質を揃える）

ディレクター

目的・ターゲット・
企画の方向性を
決める

構成

台本・構成案を
作成する

撮影

構成に基づき
撮影する

編集

カット・テロップ・
BGMなどを整え
仕上げる

内製化支援での引き継ぎ

実際に制作へ携わる担当者が、
この流れを企業の人員・目的・
頻度に合わせて移します。

実際の流れをそのまま社内で再現し、**制作を続けられる体制**をつくりましょう。

教員と学生、それぞれの役割を生かす。

教員

専門内容と説明の正確さを確認

学生

学ぶ側の疑問と経験を伝える

広報

対象と導線、ブランド表現を整理

担当部署

制度・入試・イベント情報を確認

学生だけに事実確認や公開判断の責任を集中させない体制にします。

それぞれの強みをつなぎ、無理なく確認できる体制にしましょう。

撮影の協力は、自由に選べる形にする。

運用の提案

- 目的・媒体・公開範囲を事前に説明
- 出演しない場合の代替方法を用意
- 授業評価や支援と出演を結び付けない
- 未成年者は学内の手続と必要な同意を確認

公開後の相談窓口を示し、無理な出演依頼を避けます。

協力する人が安心して選べる発信を整えましょう。

研究室と教室の映り込みを点検する。

確認するもの

- 学生名・成績・出席情報
- 研究データや未発表の成果
- 共同研究先の情報
- 教材や作品の利用条件
- 撮影に同意していない人

必要に応じて撮影場所や時間を変え、公開可能な素材だけで構成します。

撮影前のひと手間が、**安心して使える素材**につながります。

入試・費用・日程は、正式情報と照合する。

公開前の確認

- 対象年度と学部・課程
- 出願・申込の期間
- 学費や支援制度の対象条件
- イベントの場所と定員
- 問い合わせ先

動画だけで手続を判断させず、最新の正式案内へつなげます。

正式な情報への案内で、次の判断を支えましょう。

申込までの導線を、スマートフォンで試す。

確認の順序

- 動画から案内先へ移動できるか
- 対象のイベントや学部が分かるか
- 日程・条件が読みやすいか
- フォームの入力と完了ができるか

説明欄やリンクを変更したときも、実際の画面で確認します。

実際の画面で試すと、**つまづく場所**を見つけやすくなります。

年間の行事と、普段の学びを組み合わせる。

企画の柱

- 授業・研究・実習の紹介
- 学生の活動と相談体制
- オープンキャンパスの案内
- 入試・出願前の情報確認

締切を過ぎた動画を見直す日を決め、古い案内が残らないようにします。

普段の学びと節目の案内を、無理のないペースで届けましょう。

再生数と、進路選択への役立ち方を見る。

指標候補

- 案内ページへの遷移
- イベント申込へのつながり
- 参加者から寄せられた質問
- 入学前の認識との差
- 制作と確認の負荷

他の広報や入試条件の変化も踏まえて評価します。

数字と参加者の声を、次の説明に生かしていきましょう。

一つの授業の問いを、短く紹介する。

モデルケース

- 教員と学生が扱う問いを選ぶ
- 公開可能な実習素材と説明で構成
- 学部紹介・見学案内へつなぐ
- 参加者の質問を次の動画に反映

これは企画の例です。特定大学の実績ではありません。

一つの授業から、**伝わる形**を試してみましょう。

担当者が変わっても、年度更新できるように。

残す記録

- 動画番号と対象年度
- 内容を確認した部署
- 出演・素材の公開範囲
- 掲載先とリンク先
- 更新や公開停止の予定

学生の卒業や担当者の異動に備え、素材と判断の記録を共有します。

記録をそろえて、次の担当者へ**学びを渡しましょう。**

学びの魅力を、納得して選べる情報にする。

今日決める5つ

- 最初の視聴者と疑問
- 紹介する授業や活動
- 内容と公開範囲の確認者
- 正式な案内先
- 年度更新と振り返りの日

ショート動画屋さんの内製化支援では、貴社に合う役割・手順・改善方法を一緒に設計します。

自社の内製範囲を相談する