

筑坂魅力化プロジェクト 活動報告書

広報チーム

目的

標準服化をメインとした、筑坂の魅力を生徒目線で埼玉県の受験生とその保護者に発信する。

実行したこと（方法・結果）

【1】現在の筑坂の広報活動の未到達点を洗い出す、中学生に情報を届けるまでの方法とそれに適したツールは何か確認。

（方法）

広報チームのメンバーに筑坂を知った、志望したいきさつを確認する。

（結果）

親戚や兄弟が筑坂の卒業生で、実際に筑坂内部の詳細を聞いたからが最多。

→筑坂に全くルーツがなく、ポスターやHP、学校パンフレットのみでは、魅力が伝わっていない。知名度が低い。

【2】知名度が低い、詳細が生徒に届いていない事実から、中学生が親しみやすいツールのSNS運営を開始、担当グループを編成

（方法）

Instagram、TikTok、HP、データ管理班をそれぞれ編成。各SNSでは、生徒目線の筑坂を決まった日時に投稿することに決定。Instagramは月曜日と木曜日の17時更新。TikTokは毎週金曜日更新。HPは毎週金曜日18時更新。

（結果）

生徒目線のコンテンツを作成することができた。SNSのリスク管理をしたことで、（投稿前の確認と、モザイク処理）トラブルはなし。

（反省）

- ・班のメンバーが少なく、コンテンツ作成が追い付かないことがあった。
- ・その投稿で何を伝えたいのかがあいまいになることがあった。
- ・筑坂生向けのイベントで、筑坂生限定の記載をしていなかった。（訂正済）

【3】ポスター作製

（方法）

データ管理班の手が空くことが多かったため、ポスター制作に移行。各々がポスター案を出しあい、作成。時代にピントを合わせろというキャッチコピーの作成。デザイン開始から印刷終了まで約半月。

（結果）

生徒が一から作成できた。

魅力化プロジェクトを代表する形あるものとなった。

(反省)

デザイン性、スタイリッシュさと情報量のバランスが難しかった。製作開始から完成までの時間がかかった。何を伝えたいのかのコンセプトがブレることがあった。

【4】ポスター配布 生徒にボランティア募集

(方法)

筑坂生に、出身中学や塾にポスターを直接渡しに行ってもらった。11/5(木)に各クラスSHでボランティア募集の呼びかけ。翌日金曜日の放課後に商業実践室で説明会を開く。

(結果)

多くの中学校や塾に、生徒が作成したポスターを配布することができた。

(反省)

名簿やクラッシ上で、訪問予定中学、塾、名前を確認してはいたが、全員分しっかり記録できているとは言えず、信憑性が低い。ポスターを持って行ってもらう際、このポスターができたいきさつや標準服化の意義など、チェック項目のプリントを作成せず口頭連絡だったため、全ての場所に正確に伝わったかどうかの確認ができない。(広報代表の塩川が作成した学校送付メッセージ上ではある程度説明済み)

【5】最終発表に向けて準備、SNSコンテンツ強化

(方法)

最終発表に向け、各班で発表用PowerPointを作成。また、個人が忙しくSNSの更新頻度が下がっている現状を踏まえ、コンテンツ作成は広報全体でテーマ別に分担し、更新頻度を下げないようにした。

(結果)

最終発表の五分間では、四グループで一分程度、時系列で発表できた。

(反省)

全体でSNSコンテンツ作成を共有すると決めると、個人の主体性が下がり、結果的に一つもコンテンツが完成しなかった。自分がやらなくても誰かがやってくれるだろうという思い込みや安心感が悪い方向に発生してしまった。

【全体を通して】

三か月間の魅力化プロジェクト内では、SNSやHP、ポスター作製、配布などの活動を行い、週に2回以上は集まるなど、活発に活動できた。しかし、広報グループの集まりは全員が集まりやすい昼休みに限定していたため、一度のミーティングでは15分~20分が限界だった。お昼休みなのでメンバーにとっても急がなければならず、負担になってしまっていたかも知れない。今回広報活動では、少しの効果は得られたものの、まだSNSフォロワーや閲覧回数が少なく、ここで活動全体を終了させてしまうと今までの努力がもったいないと考えた。ということで、グループ全体として広報チーム自体は存続させることとなった。メンバーの変動や形態の変形をしながらも、この三か月間で培った生徒広報活動の基盤を使い、定期的に中学生、受験生、その保護者にエールを送り続けていきたい。