

# 募集広報活動の新たな取り組みについて

産業デザイン科 高松 徹、電子技術科 浦野 勉、情報技術科 大池 勇介

## 1. はじめに

本校の学生応募状況は、年々減少の傾向を見せている。どうすれば技術系の職業を目指す学生が増加するのかという改善手法の検討、取り組みの推進が急務となっている。

そこで、令和2年度に新設した定員確保対策グループでは、女性の応募率アップを狙い、女性が技術系職種でどうすれば活躍できるかという内容を検討する「技術系女子活躍推進プロジェクト」と、新たに情報誌を作成し校の魅力について発信する「学校通信制作プロジェクト」の二つのプロジェクトを計画し実施した。令和3年度は、業務グループが魅力発信グループとなり、学校通信制作プロジェクトを継続した。

両プロジェクトは、ボランティア学生スタッフと職員が共同で運営し、学校通信制作プロジェクトで制作する学校通信には、技術系女子活躍推進プロジェクトの内容をシリーズとして掲載するとともに、学生目線で感じた校のトピックスなども掲載して、関係各機関等へ送付した。また、校のSNSやホームページでも閲覧できるようにして、本校のアクティブな状況を伝え、募集PRの手段とした。また、この試みを検証し、今後の募集活動、広報活動の方向性を検討する。

## 2. 研究経過（プロジェクト実施経過）

令和2年度、新型コロナウイルスによる影響による4月～5月の臨時休校措置が明けた6月に、上記二つのプロジェクトの学生ボランティアスタッフを募集し、「技術系女子活躍推進プロジェクト」「学校通信制作プロジェクト」の両プロジェクトをスタートさせた。

技術系女子活躍推進プロジェクトには産業デザイン科の女子学生9名が応募、学校通信制作プロジェクトには産業デザイン科15名の他、情報技術科からも2名の応募があり、課外活動時間となることにも関わらず、見込み以上の17名の応募があった。

両プロジェクトとも学生リーダーとサブリーダーを選出し、学生が主体となって活動することに注力した。

技術系女子活躍推進プロジェクトは、令和2年6月下旬～10月下旬の火曜日の放課後に、1回90分の活

動を8回実施した。各回ごとテーマを決めてミーティングを行い、意見を出し合う形式をとった（図1）。テーマとしては、「技術職の魅力」「学生の進路決定の時期」など検討分析型のものをはじめ、デザイン科の学生ならではの「校のPR用キャラクターを考案する」という提案型のものもあった。最後には、実施経過をパンフレット形式の報告書にまとめ、神奈川県内の高校に配布するなど広報物としても活用した。また、毎回の実施状況を校twitterで広報し、学生のユニークな活動としてPRした。



図1 技術系女子活躍推進プロジェクトミーティング風景

学校通信制作プロジェクトは、令和2年度、7月上旬～10月下旬の水曜日の放課後に、90分の活動を8回実施した。学校通信を発行、校の魅力を発信することを目的とし、取材から記事作成までを行う班を、4班設定した（学生生活班、作品紹介班、就職活動班、施設紹介班）。各班3～4人のチームとして活動を行い、各回の終了時には、各班の活動状況を報告しあって連携を深めた。学生同士が相談し、学校通信の名称を「MAKE IT」と命名、9月に第1回発行、11月に第2回発行を成し遂げた。

学校通信制作プロジェクトについては、令和3年度も継続実施し、産業デザイン科の学生23名が参加し、令和2年度と同様の運営方法で実施され、令和3年11月に第3回目の発行を実現した。（図2）



図2 学校通信制作プロジェクトでの編集作業

### 3. 研究成果（プロジェクト実施成果）

技術系女子活躍推進プロジェクトは令和2年度の1年間、学校通信制作プロジェクトは令和2～3年度2年間実施したが、次のとおり、今後の訓練実施及び広報活動に大きな示唆を与えた。

#### 3.1 訓練実施上の成果

##### 3.1.2 先輩から後輩への直接指導

産業デザイン科の訓練においては、通常、上級生が下級生を指導することはあまりない。今回の両プロジェクトでは、アプリケーションの使用法から考え方のまとめ方まで、さまざまに上級生が下級生を指導する場面が見られた。上級生にとっても下級生にとっても、チームワークを身に着ける良い機会となった。

##### 3.1.2 企画から制作まで一貫して体験

両プロジェクトともゼロベースからのスタートとなり、企画段階から学生自身が検討を重ね、運営体制、スケジュール、制作物仕様から実際の制作まで、一貫して学生主導で実施した。思わぬハプニングによるスケジュールの変更など、全てが生きた授業として学生は体験することができた。

##### 3.1.3 実際に使用する製品を訓練で制作

実際に使用する製品を訓練で作成することは正直ないが、学校通信制作プロジェクトでは、当初から使用することを目的で始まっている。そのため、学生の取り組み方にも意気込みや緊張感が多く存在していた。実社会での活動に近い訓練を実施できた。

##### 3.1.4 他学科学生との交流

少数ではあるが、他学科の学生が連携してのプロジェクトが実施できた。人事交流で生まれる刺激は双方の学生にとって、大きな刺激となった。

##### 3.1.5 インターンシップ兼用

両プロジェクトは、1年次の必須単位であるインターンシップも兼ねることで、効率的に実施することができた。

#### 3.2 広報面での成果

##### 3.2.1 活動自体を SNS 等で発信するという広報

今回プロジェクトの計画段階から、この取り組みを SNS や校ホームページで発信することを検討して進めてきた。実際にも週一で行われるプロジェクトが終了したのち、毎回校 twitter での発信を続けた。今後期待される、SNS を活用した広報の試行として成果があった。（図3）



図3 校 twitter でのプロジェクト実施状況の発信

##### 3.2.2 プロジェクト成果物が広報に活躍

学校通信制作プロジェクトでは当初より、校を PR するための学校通信を制作配布することが目的として実施された。2年間で計3回の発行を実現し、神奈川県内の高等学校に配布するなど、校内のユニークな情報を伝えるメディアとして実際に活用された。（図4）

技術系女子活躍推進プロジェクトでは、デザイン科学生ならではの、校のマスコットキャラクターの制作提案、それを掲載した報告書をフルカラー仕様のパンフレット形式で制作した。この報告書形式のパンフレットも学校通信同様、県内高校学校に配布し、広報の一環を担うものとなった。（図5）



図4 制作された学校通信 MAKE IT



図5 技術系女子活躍推進プロジェクト活動報告書

## 4. まとめ

学校通信プロジェクトに関しては、学校通信の継続的な発行のためにも、訓練上の効果を考えても、継続実施していく価値は十分にある。技術系女子活躍推進プロジェクトに関しては、校の学生募集の要の一つとして、女子学生の募集率アップが望まれる状況としては、継続実施したいところだが、目的の曖昧さなどもあり、今後実施目的や実施方法の検討などを重ねていく必要がある。いずれにしても、校の魅力をアップさせるための学生主導のムーブメントとその効果的な広報が、学生募集の鍵を握ることは間違いない。