

ひろしまガチ推し！

～ 学生が創る “ほんまモン” ガイド～（仮）

日英二か国語表記

企画提案書

“広島を出たくなる理由を、学生が見せる。”

地元学生が「伝えたい広島」を自ら取材・制作・発信し、
若者の定着・地域の魅力再発見・観光の分散化を同時に実現する、
【広島と地域企業の課題解決型ガイドブックプロジェクト】。

時下ますますご清栄のこととお喜び申し上げます。平素より、地域の発展に向けた弊社および「ひろしまCRSP委員会」の活動に対し、格別のご理解とご支援を賜り、心より御礼申し上げます。

「ひろしまCRSP委員会」は広島経済活動及び学生活動を支援すべく、これまでに学生が創る観光ガイドブックの制作やSNSを利用したイベント、学生とコラボしたメニュー開発、学生がサポートするシニアe-sportsイベントなど、数々の取り組みを展開してまいりました。これらの経験を踏まえ、地域経済活動の活性化における効果的な施策を熟知しております。

地域企業がこの学生主導観光ガイドブック企画に協賛するメリットは、単なる「広告枠提供」や「認知向上」だけでなく、若者と企業・団体が自然に接点を持つ“新しい採用導線”と広島県の地域課題への解決貢献＝企業価値の向上に直結するという点です。次ページに、企画の概要、広島の地域課題と協賛企業のメリットを対応させて整理します。

学生主導の制作体制

- ・取材・執筆・翻訳：広島の大學生や高校生、専門学校の学生が担当。
- ・撮影・モデル：学生自らがモデルとなり、リアルな体験を伝える。
- ・PR活動：SNSや地元イベントでのプロモーションを学生が企画・実施。
- ・イベント：企画・運営に属する様々な

このような学生主導の取り組みは、過去にも成功事例があります。

ディープスポット&体験型コンテンツ

● 地元民しか知らないディープスポット（例）

- ・路地裏喫茶・昭和カルチャー遺産
- ・学生が観光客に知って欲しい「広島名物ここで食べ！」
- ・「人」で選ぶ店（親子三代、看板娘、元プロなど）

● 体験型コンテンツ（例）

学生発信により、協賛企業、商店街、社会福祉協議会、老人クラブ連合会などと連携

- ・地元の老舗お好み焼店：「焼いて学べる！地元流お好み焼き体験」
- ・レトロ商店街：「じいちゃん、ばあちゃんと巡る昔ながらの買い物ツアー」
- ・町工場：「中小企業で1日職人体験」人手不足対策PR
- ・地域の温泉：「学生が伝える“湯治の知恵”レポート」ヘルスツーリズムPR

ガイドブックの構成案

1. イントロダクション：学生たちの制作背景や想いを紹介。
2. エリア別特集：広島市、呉市、東広島市など、地域ごとのディープスポットを掲載。
3. 体験レポート：学生が実際に体験したアクティビティを写真と共に紹介。
4. コラム：地元の人々とのインタビューや、広島の歴史・文化に関する深掘り記事。
5. アクセス情報：各スポットへの行き方や予約方法など、実用的な情報を掲載。

プロモーション戦略

- SNS・動画拡散
 - ・取材風景・撮影裏側をInstagram・TikTok・Xで発信
 - ・インバウンドを見据えて英語でのSNS配信
 - ・ハッシュタグ：#ガチ推し広島 #学生編集部が行く
 - ・制作中も話題性UP → 完成前からPR効果あり！
- 地元インフルエンサー起用
 - ・広島ローカルインスタグラマー、TikTokerと連携し紹介動画配信
 - ・インフルエンサーが協賛企業を直接紹介
- メディア露出・イベント連動
 - ・プレスリリース：地元テレビ局・ローカル紙などと連携し取材対応
 - ・発行記念イベント（ハロウィンイベント）／協賛ブース出展可能

期待される効果

- ・地域貢献PR：広島県施策と連動した“地域未来支援”として評価
- ・Z世代アプローチ：学生×SNS＝将来の消費者や採用対象に直接訴求
- ・観光誘客：観光に地元思考が重視される中、体験・取材が“わざわざ行きたい”動機に
- ・ブランド価値向上：教育・まちづくり・地域経済の三方良しモデル
- ・媒体露出：本誌／SNS／イベント参加／Webメディアでの紹介確約
- ・地域活性化：観光客の分散化による地域経済の活性化。
- ・学生の実践的な学び：プロジェクトを通じた実践的なスキルの習得。
- ・持続可能な観光：地元資源を活用した持続可能な観光モデルの構築。

総合的な企業メリットまとめ

採用：地元学生との接点、将来人材との信頼形成
広報：SNS・Web・冊子・動画等での多媒体露出
PR：若者視点で企業の魅力を再編集・拡散
CSR：教育・観光・地域課題解決への直接的関与
収益：来訪動機づくり・新規顧客の送客と囲い込み

本企画が解決に貢献する広島の地域課題と協賛メリット

①【若者の県外流出・地元離れ】

《課題》

- ・若年層が「やりがいのある仕事がない」「魅力を感じない」と県外へ

《協賛メリット》

- ・学生が自ら取材・発信する場に関わることで、企業の”若者接点”づくりが可能
- ・採用ブランディング・インターンへの導線確保

→「学生とのリアルな接点」「地元で働く魅力の共創」による将来人材確保

②【地域資源の魅力が十分に伝わっていない】

《課題》

- ・魅力はあるのにPR不足。外からの見せ方が画一的

《協賛メリット》

- ・自社が持つ商品・サービス・店舗を、地元学生の感性で“体験型コンテンツ化”して発信
- ・メディア的価値が高く、SNS・動画などで拡散される

→観光客・Z世代への新たなタッチポイント創出

③【地域経済の分散化と観光の多様化】

《課題》

- ・観光地が一極集中。地元商店街や小規模店舗は恩恵を受けにくい

《協賛メリット》

- ・ローカルに根ざした「体験コンテンツ」の共創で、持続可能な観光の担い手として貢献
- ・PRを通じて来店・購買・ファン獲得のチャンス拡大

→「この企業のおかげで楽しい体験ができた」と記憶に残る関係性を形成

④【CSR・地域貢献活動の充実】

《課題》

- ・広島県も「地域の実情を踏まえた共創型プロジェクト」を推奨

《協賛メリット》

- ・学生育成、観光振興、地域課題解決に同時に貢献できる「見えるCSR」として評価されやすい
- ・広島県・市・教育機関などとの信頼構築の足がかりに

→企業価値・地域信頼性・行政評価の向上

⑤【SNS・メディア拡散・広報効果】

《課題》

- ・地元企業の情報発信力が弱く、話題になりにくい

《協賛メリット》

- ・学生×広報のストーリー性が高く、SNS映え・メディア性が高い
- ・地元インフルエンサーも巻き込む仕組みで“現場感”のある発信が可能

→「広告」ではなく「共演」「共感」型の露出ができる

学生をイベントやガイドブック制作に起用するメリット

1. 新鮮な視点の提供

学生は流行やトレンドに敏感で、柔軟な発想や新しいアイデアを提供することができます。ガイドブックやイベントに若い世代の視点を取り入れることで、より多様な層にアピールできる内容を実現できます。

2. さまざまなターゲット層へのアプローチ

学生を起用することで、同世代（若者層）への訴求力が向上します。若年層は新しい体験や情報を求める傾向が強く、学生が発信する情報は同世代に響きやすいという利点があります。さらには、自治体が絡むガイドブックやイベントへの子供が参加するとなれば、親や祖父母も情報を求め、発信することは明白です。

3. 地域社会との連携強化

地元の学生を巻き込むことで、地域全体の協力体制を強化し、地元愛や地域活性化への意識を高めることができます。また、学生が制作に関わることで、地域の魅力を発見・再認識するきっかけにもなります。

4. コスト効率の向上

学生をイベントスタッフやガイドブック制作に参加させることで、人件費を抑えつつ、高品質なコンテンツを作成できます。特に、学生がボランティアやインターンとして参加する場合、実務経験を提供する代わりに低コストで効果的なプロジェクト運営が可能です。

5. 教育的メリット

ガイドブック制作やイベント参加を通じて、学生は実践的なスキル（取材、ライティング、デザイン、マーケティングなど）を習得する機会を得られます。これにより、社会経験を積む場を提供できるとともに、地域の企業との繋がりやプロジェクトに貢献する達成感を味わえます。

6. SNSやデジタルメディアでの拡散力

学生はSNSの利用に慣れており、自らの体験を積極的に発信する傾向があります。ガイドブック制作に関与した学生がその活動をSNSで共有することで、広報効果を高めることができます。