

# デジタルメディア学科認知度向上プロジェクト

大学生活情報誌（フリーペーパー）の発行

福 岡 国 際 大 学  
国際コミュニケーション学部  
デジタルメディア学科

玉城 寿乃

## 目次

第1章 はじめに.....	1
第2章 デジタルメディア学科認知度向上プロジェクト.....	2
2.1 なぜデジタルメディア学科を広報するのか.....	2
2.2 プロジェクトの概要.....	2
第3章 広報活動を行うにあたっての調査.....	3
3.1 現状把握.....	3
3.1.1 福岡国際大学の広報に関する現状.....	3
3.1.2 高校生向け合同大学説明会.....	3
3.1.3 ティーン誌を参考にしたレイアウト研究.....	4
第4章 高校生向け大学生生活情報誌『Digily Life』の制作.....	6
4.1 Digily Life のコンセプト.....	6
4.2 制作手順と内容.....	6
4.3 必要な技術と知識および機器.....	8
4.3.1 使用したソフトウェアと機器.....	8
4.3.2 必要な技術と知識.....	9
第5章 『Digily Life』について.....	10
5.1 Digily Life 0.5.....	10
5.1.1 Vol.0.5の概要.....	10
5.1.2 表面（担当：松尾）.....	10
5.1.3 裏面（担当：玉城）.....	10
5.1.4 印刷.....	11
5.1.5 配布.....	11
5.2 Digily Life Vol.1.....	12
5.2.1 Digily Life Vol.1の概要.....	12
5.2.2 Vol.1 表紙.....	12
5.2.3 Vol.1 p1-2 導入.....	12
5.2.4 Vol.1 p3-4 RealVoice.....	13
5.2.5 Vol.1 p 5-6 デジじゅーる.....	13

5.2.6 Vol.1 p 7-8 授業紹介.....	14
5.2.7 Vol.1 p9-10 裏表紙.....	15
5.3 Digily Life Vol.2.....	15
5.3.1 Vol.2 の概要.....	15
5.3.2 Vol.2 表紙.....	15
5.3.3 Vol.2 p1-2 導入.....	16
5.3.4 Vol.2 p3-10.....	16
5.3.5 Vol.2 p11-12 DIJIPOLA.....	17
5.3.6 Vol.2 p13-14 4年のアジアト.....	17
5.3.7 Vol.2 裏表紙.....	18
5.3.8 Vol.2 の工夫点.....	19
<b>第6章 配布活動.....</b>	<b>20</b>
6.1 配布活動について.....	20
6.2 配布・設置場所と配布部数.....	20
6.2.1 Vol.0.5.....	20
6.2.2 Vol.1 の配布.....	20
6.2.3 Vol.2 の配布.....	21
<b>第7章 その他活動.....</b>	<b>23</b>
7.1 学科紹介.....	23
7.1.1 オープンキャンパス.....	23
7.1.2 古知野高校.....	23
7.2 学科アピール活動.....	24
7.2.1 フリー取材.....	24
7.2.2 ラジオ出演.....	25
7.3 スポーツ大会.....	25
<b>第8章 まとめ.....</b>	<b>27</b>

# 第 1 章

## はじめに

広告にはさまざまな様式が存在している。新聞、テレビ、ラジオ、雑誌などのマスコミ 4 媒体の広告を中心に、近年では情報化の急激な進展に伴って、インターネットや携帯電話などでのデジタル広告が広く普及するようになった。このデジタルに取り巻かれた環境の中で、消費者の情報の取り入れ方も変化し、それに応じて消費者の関心を獲得するため、広報手段や広告媒体は時代に応じて多様化してきた。

中でも、特に注目されているのがクロスメディアと呼ばれる手法である。これは、単一メディアだけでなく、複数のメディアを使い情報の伝達を行うことで、それぞれのメディアが持つ長所と短所が相互に補い合って相乗的な効果を期待する広報手段の一つである。クロスメディアは既存メディアと補完関係にあり、既存メディアがもっているコストや時間の制約を他メディアとの連同により、緩和することができる。また、それだけでなく、1つの情報を様々なメディアで展開することによって広域にわたっての情報発信が可能になり、その中でも伝えたい情報をターゲットに効果的に届けるようなメディアの組み合わせ方もできる。こういったことから、クロスメディアは、これまでの広報手段に加え、互いの特徴を活かしあいながら更に効率よく、より効果的に情報発信を行うことができる広告手法だと言える。

このクロスメディアの手法を活用し、私は平川ゼミに所属する草野・松尾の両氏と共に、紙メディアである大学生活情報誌（フリーペーパー）と、電子メディアである Web での大学生活情報配信を利用し、「デジタルメディア学科の認知度向上プロジェクト」を行った。

大学情報誌（フリーペーパー）は、持ち運びや消費が気軽に行える便利さや、保存しておけば繰り返し何度でも読み返すことができる記録性を活かすことができる。また Web は、紙面では制限され載せきれなかった情報を無制限に載せ、さらに動画や音楽での情報配信が可能になることでよりインパクトのある情報を発信できる。この2つのメディアの相互効果により、デジタルメディア学科の認知度が向上できると考えた。

## 第2章

### デジタルメディア学科認知度向上プロジェクト

#### 2.1 なぜデジタルメディア学科を広報するのか

私達が在籍するデジタルメディア学科は、講義内容・専門設備・先生方など、どれに関してもとても充実し、整った環境があるにも関わらず、大学自体の認知度が低いということや、学科が新設して間もないということ、また大学の新設や開設が増えている一方で少子化により大学受験者数が減少しているということから、年々入学者数の減少に悩まされているという現状がある。

そこで私達は、4年間、本学科で学んできたことや経験を活かし、現役学生である自分達の手でデジタルメディア学科をアピールし、もっと多くの人にデジタルメディア学科の良さを知ってもらい、入学者数を増やしたいと考えた。それがこのプロジェクト発足の目的である。

#### 2.2 プロジェクトの概要

デジタルメディア学科の認知度向上を軸に、学科名や講義内容を見て固定されがちな「オタク」のイメージを撤回し、デジタルメディア学科の「楽しさ」を伝え、最終的に学科の入学者数を増やすということを一番の目標としている。

プロジェクトを進行するにあたって、同じ目的・目標を持った草野さんと松尾さんと私を含めた3人は「凸凹舎」というグループを組み、一丸となってプロジェクト進行にあたった。

活動の主な内容は、高校生向けの大学生生活情報誌の作成、Webでの学生による大学情報の配信、情報誌の配布活動、その他の活動と大別してこの4つの形で活動を行うこととなった。役割分担は以下のとおりである。

- 高校生向け大学生生活情報誌 (玉城、松尾)
- 学生による大学情報のWEB配信 (草野)
- 情報誌の配布活動 (草野、玉城、松尾)
- その他活動 (草野、玉城、松尾)

## 第3章

### 広報活動を行うにあたっての調査

#### 3.1 現状把握

プロジェクトの進行にあたって制作や活動の効率化を図るべく、現在の福岡国際大学およびデジタルメディア学科の認知度の調査、および高校生の動向調査などを行った。

##### 3.1.1 福岡国際大学の広報に関する現状

現在、本大学ではどのような広報活動が行われているのか、広報課にて調査を行った。福岡国際大学の公式パンフレットやHPなどの現在行っている広報活動に加え、それら以外の形で更に認知度を上げる広報手段はないかと考案するためである。また、昨年の資料請求者数や、オープンキャンパスの参加者数から発行部数の目安を割り出したりした。

資料請求者	オープンキャンパス	合同説明会
100～200	40～60	100～150

広報課の方が見積もった大体の数だが、何年も広報を行われているプロの意見は大いに参考になると考え、この数をもとに作成を行った。

##### 3.1.2 高校生向け合同大学説明会

高校生向けの大学生生活情報誌の制作を行うという目的から、“高校生がどのような大学に興味を向けているか” “どのような配布資料が目をはくか”などを調査すべく、高校生向けの合同大学説明会へ参加した。

調査は以下の内容で行った。

- それぞれの大学ごとに開設されているブースへの人の集まり具合、動きや流れの調査
- 各大学のパンフレットの比較・研究を行うため、各大学のパンフレットの収集し、デザインや内容を調査
- ブースで直接に高校生へ指向の調査

その結果、以下のことが分かった。

- ▶ 名前が一般的に知られている大規模な大学には高校生が多く集まる傾向があり、そういった人が密集したブースからブースへと動いていく流れができていた。
- ▶ パンフレットに関しては、各大学によって様々な形式があり、種類が豊富であった。表紙も中身の内容にも工夫をこらしたものが多く、一番初めに目をひく表紙には、ピンクや黄色などの明るく鮮やかな配色のものが多かった。これは、目立たせ手に取ってもらおうという狙いが明確で、高校生もそういったパンフレットには多く手を伸ばしていた。その一方で、名前の知れた大学のパンフレットにはレイアウトやデザインに関係なく手を伸ばす高校生も多く、ここでも大規模な大学の『名前のブランド』の強さが伺えた。
- ▶ ブースでは、高校生の質問の多くが、授業内容をはじめ、就職先や就職率、また取得可能な資格についてなどであった。本大学でどのような技術や知識が身につけられ、最終的にどんな仕事ができるようになるのが最も関心があることだった。これらの高校生の本音から、求められた情報を的確に選択し伝達する必要があると感じた。

以上のことから、認知度の低い大学や小規模な大学は『名前』のブランドをもつ大規模かつ人気な大学に劣らぬように、様々なメディアや広報手段を駆使して差をつけた広報活動が必要であり、ターゲットを的確に捉えた情報発信が求められるのではないかと感じた。

### 3.1.3 ティーン誌を参考にしたレイアウト研究

今回のプロジェクトでは、前期に1冊、後期に1冊の計2冊の情報誌を発行した。Vol. 1の反省点と制作のプロの方からのアドバイスを踏まえ、Vol. 2のレイアウト大幅な見直しと検討を行った。また、この時に冊子を持ち帰るのは男子よりも女子の方が多いこと、デジタルメディア学科へ入学する女子が減ってきていることから、Vol. 1からの大きな変更点として「女子高校生」へターゲットを絞り制作を行うことにした。そのため、記事の内容やレイアウトも女子高校生の興味を引くような内容作りをする必要があると考え、女子高校生に人気のあるティーン誌をネットや書店で調査し、上位に挙がっていた「Scawaii」

「Popteen」「Zipper」の計3冊を購入した。



図 3.1 参考にしたティーン誌

参考にしたティーン誌は、原色を多く使用した派手なレイアウト、タイトルやロゴのサイズが大きい、空間の利用があまり見られないという共通点が見られ、私たちが Vol. 1 まで参考にしてきた雑誌やフリーペーパー、他大学のパンフレットのレイアウトとは大きく異なる点が多かった。

どの雑誌も派手な装飾が目立ち、全体を通して「キラキラ&ごちゃごちゃ」といった印象を受けた。これらのティーン誌を参考にすることによって、私達が「かわいい・面白い」と感じて制作を進めようとしていたものと、実際に女子高校生が「かわいい・面白い」と感じているものに想像以上にズレがある事が判明し、対象者の目線に立ったもの作りの根本から考え直す機会となった。



## 第4章

### 高校生向け大学生生活情報誌『Digily Life』の制作

#### 4.1 Digily Life のコンセプト

Digily Life は、デジタルメディア学科および福岡国際大学において年々入学者数が減少しているのを打破するための高校生をターゲットとした「高校生向け大学生生活情報誌」である。大学から発信される情報の不足、特に学生視点での情報発信がほとんど無いという現状を、現役学生が実際に学んできた技術を活用し、学生視点で堅苦しさを取り払った気軽にリアルな情報発信を行う紙媒体の冊子である。制作は、デジタルメディア学科平川ゼミの松尾さんと共に行った。

タイトルである Digily Life の由来は、「デジタル」と「デイリー (Daily)」を掛け合わせ、更には「デジタルらしい」という意味を加えた造語である。ターゲットが高校生ということもあり、高校生がよく使用している造語に目をつけ、このようなタイトルを付けたという狙いもある。

#### 4.2 制作手順と内容

制作は以下の手順で行った。

##### 1. 調査

詳細は第3章でも記述しているが、制作を行うにあたって福岡国際大学の広報の現状を把握し、適切かつ、不足した必要性の高い情報を取り入れた広告物を制作するため、様々な場所、方法で調査を行った。具体的な調査内容等については第3章を参照願いたい。

##### 2. 企画発案、ページ構成、レイアウト決め

松尾さんと共に企画発案を始め、掲載するのに相応しい記事内容の選定を行った。次に、レイアウト形式の基礎を立て、ラフ画を作成し、流れに沿った読みやすい冊子に仕上げるため、記事内容を確認しながらページ構成を立てていった。レイアウトに関しては、他大学のパンフレットや街中で配布されているフリーペーパー等を参考に、目をひき興味がわくように心がけた。

### 3. 取材

取材は、主に凸凹舎3名全員で行った。各ページの担当者が必要な取材内容の確認と、取材者との連絡・打ち合わせを行い、その他の機材の使用や撮影の補助などに他2名があたり、協力し合って取材を進めた。

表 4.1 Digily Life Vol.1 担当区別表

Digily Life Vol.1	担当ページ		担当者
	表紙・裏表紙		松尾
	マンガ	1P-2P	玉城
	座談会	3P-4P	松尾
	デジじゅ〜る	5P-6P	玉城
	授業紹介	7P-8P	
	先生紹介 OG・OB	9P-10P	松尾

表 4.2 Digily Life Vol.2 担当区別表

Digily Life Vol.2	担当ページ		担当者
	表紙・裏表紙		玉城
	マンガ	1P-2P	
	RealVoice	3P-4P	松尾
	出身学科・必需品	5P-6P	
	DIGILECTURE	7P-8P	
	デジじゅ〜る	9P-10P	
	DIGIPOLA	11P-12P	玉城
	4年のアシアト	13P-14P	

掲載する写真は、すべて自分たちで撮影し、座談会やOB・OG紹介等の情報量が多く書き取りが難しい取材の場合は、ビデオカメラで録音を行い、後に情報の整理と編集を行い、記事作成を進めていった。

出演者に関しては、デジタルメディア学科の良さをリアルに伝えるため、デジタルメディア学科生とデジタルメディア学科の先生方、さらに本学科のOG・OBに協力を募り、取材を行った。

### 4. 編集

各ページの担当者が、取材と並行しながら編集を進める形となった。編集にはAdobeのIllustrator CSとPhotoshop CSを使用した。具体的には次の通りである。

- 作業 1. Illustrator で最初に行う作業としては、ページの基礎となるキャンバスサイズを制作する用紙サイズよりも大きいサイズで設定する。例えば、A4 の制作物を作る場合、B4 以上のサイズで設定を行う。
- 作業 2. その中に四角ツールで用紙サイズの大きさを設定し用紙の基礎を作成する。例えば、B4 以上のキャンバスサイズ上に、四角ツールで A4 の数値を入力し A4 サイズの四角を作成する。
- 作業 3. 設定した用紙サイズの四角に合わせ、レイアウトを行って作成を進めていく。
- 作業 4. 記事のレイアウトをある程度制作した後、取材での情報をコメントや文章でまとめ、撮影した写真を Photoshop でサイズや画素数、色調などの調整を行う。この時、Photoshop ではまず、撮影した写真のカラーモードを RGB カラーから CMYK カラーへと変換する必要がある。また、撮影した写真の明度や彩度、コントラスト等の色調補正も Photoshop で自由に調節することができるため、必要に応じて写真の修正を行った。
- 作業 5. これらの作業で体裁を整えた後、ページに調和するような装飾や配色を加えていき、華やかさをもたせた。手書きの装飾やキャラクター作成を行う場合は、ブラシツールよりも、ペンツールを利用した方が、ラインにぶれがなく、綺麗な形に仕上がりに修正も簡易である。

このような編集の進行とともに、常時、冊子担当の松尾さんとお互いにレイアウトや記事内容について意見交換を行い、正確でより良い記事の完成を目指した。

## 5. 印刷

編集が終えたデータを互いにチェックした後、印刷の発注を行った。印刷作業については、松尾さんの卒業論文を参照願いたい。

## 4.3 必要な技術と知識および機器

### 4.3.1 使用したソフトウェアと機器

制作に使用した主なソフトウェアと機器は以下の表の通りである。

表 4.3 制作に使用した主なソフトウェアと機器

	メーカー	備考
Illustrator CS	Adobe	グラフィックソフト
Photoshop CS	Adobe	フォトタッチソフト
IXY DIGITAL、EXLIM 770	SONY、CASIO	デジタルカメラ
GR-DV700K	ビクター	ビデオカメラ

#### 4.3.2 必要な技術と知識

『Digily Life』制作に必要な技術と知識は以下の通りである。

##### ◆ グラフィックソフト Illustrator の知識

この Illustrator は、現代の広告や雑誌等のあらゆるデザインの現場で使用されるグラフィックソフトである。印刷画像作成に関する機能が豊富であるため、ツールに関する様々な知識も必要とされる。今回の冊子作成作業で、レイアウトや装飾などのデザイン全般にかかわる作業を主にソフト上で行うため、「Illustrator スーパーリファレンス (ソーテック社)」を参考にした。

##### ◆ フォトリタッチソフト Photoshop の知識

撮影した写真の加工、修正を Photoshop で行った。明るさや大きさに問題のある写真の加工編集や色調補正を行うことで、再撮の手間を省き作業の効率を上げることができる。今回の冊子でもそうだが、写真を多く使用した制作を行う場合、このような加工、修正の知識が必要不可欠である。

##### ◆ 撮影機器に関する知識

デジタルカメラに関しては、日常でもよく使用する場面も多いことから、特別難しい技術は必要ないと思われるが、逆光や反射、アングルなどに配慮を行い、被写体がより良く映えるよう工夫する必要があると思われる。撮影の仕方ひとつで目を惹く魅力的な写真となる場合もあれば、そうでないものになってしまう事もある。こういったことから、簡単なアングル調整や基本操作などの知識は身につけておくべきだと考える。今回の冊子作成作業でのビデオカメラの使用に関しては、音声のみの使用（記事の編集作業に使用）であったため、動画撮影の技術や操作の詳細は、Web で動画アップなどで動画編集を行っている草野さんの卒業論文を参考に願いたい。

## 第5章

### 『Digily Life』 について

#### 5.1 Digily Life 0.5

##### 5.1.1 Vol.0.5の概要

Digily Life Vol.0.5は、広報課への事前調査の際に「高校生の進学ガイダンスや合同説明会などで、配布する広告物がほしい」と提案され、急遽作成を行うことになった。作成時間をあまり取れないという事もあり、B5サイズ裏表カラーのチラシ形式での制作を行った。

裏面、表面で各担当を決め、それぞれ作成を行った。

##### 5.1.2 表面（担当：松尾）

表面の作成は、松尾さんが担当しているため、詳細は松尾さんの卒業論文を参照願いたい。

##### 5.1.3 裏面（担当：玉城）



図 5.1 Digily Life Vol.0.5 裏面

裏面の主な記事内容は、学生のリアルな生活の実態を分かりやすく伝えるため、大学生活のイメージ学生の1日のスケジュールをタイムテーブルと写真で掲載することにした。

授業内容はもちろん、サークルやアルバイトの情報ものせ、大学生がどういった生活をしているかイメージしやすいような内容作りに励んだ。

また、オープンキャンパスが多く開催され始める時期に発行するという事もあり、オープンキャンパスの情報掲載欄は目立つ文字配色を行い、さらに写真を多く掲載するなどして、興味を惹くようなレイアウトを行った。

#### 5.1.4 印刷

このチラシ版 Vol.0.5 の作成期間は約1カ月で、印刷は青森県にある株式会社 ugo の「sprint」を利用した。見積もりから発注、納品までの期間は約3週間、500部作成しての費用は4,500円だった。

#### 5.1.5 配布

資料請求者宛ての公式パンフレットと同封する形で配布を行い、さらにオープンキャンパスや大学進学説明会などでも配布を行った。

大学進学説明には反応を目で確認するため直接参加し、調査を行った。説明会終了後は反応の結果や様子を元に、すぐさま反省点の洗い出しを行った。

##### <Vol.0.5の反省点>

- レイアウトが乱雑なうえ、配色が地味で目立たなかった。
- 表面と裏面の内容の統一感が無かったため、何を伝えたいかわかりにくかった。
- チラシ形式のため、掲載する情報に限界があり、軽く目を通すだけで持ち帰る生徒が少なかった。

こうした結果から、広告物の第一印象である「最初のインパクト」は、見る側にとって大きな影響を及ぼすものであり、最も重要視すべき点だということが分かった。また、紙面一枚での情報掲載では、情報量に圧倒的な差が出てしまい、他冊子パンフレットと比べると興味を引くことが難しいということがわかった。

## 5.2 Digily Life Vol.1

### 5.2.1 Digily Life Vol.1の概要

Vol.0.5の反省から、いくつかの対策案を立て制作を行ったのが、大学生生活情報誌 Digily Life Vol.1である。一番の改善すべき点であった「表紙のレイアウト・配色」を、大学進学説明会で収集した他大学のパンフレットを参考に検討し直した。また、ターゲットも「高校生」から「女子高校生」へと幅を狭め、対象者の好むようなレイアウト構成と企画立案を行った。

今回のVol.1は冊子形式での発行とし、A5サイズ全12ページのカラー冊子で、夏季中に増刷した分と予備分を含め、計1,430部作成した。作成期間は約1ヶ月半とした。各ページの内容について以下に詳細を記す。

### 5.2.2 Vol.1 表紙

Vol.1の表紙に関しては、松尾さんが担当しているので、松尾さんの卒業論文を参照願いたい。

### 5.2.3 Vol.1 p1-2 導入

表紙を開いてすぐのページは、関心をひくようにマンガ形式を用いた。デジタルメディア学科の基本的な情報や、あいさつ文・説明文も含め、高校生がすんなり入りやすいようにキャラクターを使用しながらストーリー進行を行っている。このページの最大の特徴は、学科の基本的な情報を「楽しみながら」知ってもらうことに重点をおいている事である。



図 5.2 Digily Life Vol.1 p1-2

修正および反省すべき点としては、全体を通して文字ポイントが小さいことや、コマの大きさが不統一であることから、せつかくのマンガが多少読みにくくなってしまった点である。

#### 5.2.4 Vol.1 p3-4 RealVoice

Vol.1のp3-4は松尾さんが担当しているのので、松尾さんの卒業論文を参照したい。

#### 5.2.5 Vol.1 p5-6 デジじゅーる

在学生の一日のスケジュールをタイムテーブルと写真で紹介した「デジじゅーる」のページである。



図 5.3 Digily Life Vol.1 p5-6

サークルに所属している学生と、アルバイトをしている学生をそれぞれ起用し、パターン別に違った内容を書き載せることで、情報に厚みをもたせている。デジタルメディア学科2年次に在学中の日車友紀さんと、同じくデジタルメディア学科1年次に在学中の松下陸君に取材依頼を行い、協力を頂いた。

1日の生活パターンを紹介するという企画のため、取材の際には1日を通して協力を願う場合もあった。ここでは、学生の毎日の生活を具体的に伝えるこ



とで、生活リズムのイメージを抱いてもらおうという意図がある。反省すべき点は、ページ全体に一定の大きさのコメントや写真が同じように配列されているため、視線の誘導が考慮されておらず、注目・アピールしてほしい内容が分かりにくいという点だった。

### 5.2.6 Vol.1 p7-8 授業紹介

この「授業紹介」のページでは、前頁の「デジじゅ〜る」で軽く紹介していた「情報資格試験講座」や「Webデザイン」など、開講中の4つの講座を紹介している。



図 5.4 Digily Life Vol.1 p7-8

デジタルメディアに入学することで、どのような授業が受講でき、実際にどのような技術や知識が身に付けられるかを、具体的に知ることができるページとなっている。授業紹介の説明に加え、「生徒の声」として各講義を受講中の生徒に話を聞き、そのアドバイスや感想を取り入れたコメントをつけ加え、学生目線での情報提供も行っている。

反省点としては、掲載している写真すべてのアングルや明度に問題があり、目で受け取る情報として重要な働きをする写真の機能が活かされていないことである。加工・修正作業での甘さが目立ってしまったページとなった。

### 5.2.7 Vol.1 p9-10 裏表紙

松尾さんが担当しているので、松尾さんの卒業論文を参照願いたい。

## 5.3 Digily Life Vol.2

### 5.3.1 Vol.2の概要

Digily Life Vol.1の反省から、更に女子高校性を意識したレイアウト構成・記事作成を行った。制作期間は約4か月で、前作の2作品に比べ、制作日数がかかったのはVol.2の編集作業や取材量が大幅に増え、その中で更に変更や修正が多くあったためである。今回のVol.2は16ページ、カラー冊子で2,000部発行した。費用は72,613円である。

### 5.3.2 Vol.2 表紙

Vol.2の表紙には、全作品Vol.1のシンプルな表紙から大きな変化を狙うため、一面に写真を使用し、より雑誌に近い形のデザイン考案を行った。作成当初のデザインテーマは「お洒落でシンプルな雑誌」としていたが、このテーマで作成を進めた結果、20代を対象とした大人っぽいデザインとなってしまったため、レイアウトデザインの再検討を行い、最終的なコンセプトとして「キラキラごちゃごちゃ可愛い雑誌」を掲げ、新たに構成と編集を行った。人物や小物をメインとし派手さを強調し、背景には赤に近いピンク色のサテン生地を使い、光沢感を利用し、「キラキラ感」を出している。目を惹くデザインを表紙にすることで、「手に取ってもらうこと」を一番に目指している。



図 5.5 Digily Life Vol.2 表紙  
(初期表紙デザイン)



図 5.6 Digily Life Vol.2 表紙

また、今まで付けていなかった「TAKE FREE」のマークをつけた。これには無料であることを掲示し、気軽に持ち帰ってもらおうという意図がある。

### 5.3.3 Vol.2 p1-2 導入

Vol. 1でも使用した、マンガ形式での挨拶ページを用いた。背景やタイトルに鮮やかな配色を施し、興味を惹きたてるようなレイアウト考案を行った。また、これは各ページに共通している点だが、タイトルは配色だけでなく大きさにも変化をつけ、目立たせることで内容が一目で伝わるようにした。



図 5.7 Digily Life Vol.2 p1-2

内容に関しては、前作の Vol. 1 の紹介も含め、楽しさを重視するため、流行りの用語や造語を取り入れたストーリー構成を立てた。

Vol. 1からの反省である、コマの大きさの統一と文字ポイントの変更を行い、読みやすさを考慮している。

### 5.3.4 Vol.2 p3-10

P3-10は、松尾さんが担当しているので、松尾さんの卒業論文を参照願いたい。



### 5.3.5 Vol.2 p11-12 DIJIPOLA

写真をメインに扱い、大学生活の「非日常」の楽しさを分かりやすく伝えているページである。写真をポラロイド風に載せているので、タイトルは「デジタル」と「ポラロイド」を掛け合わせた「デジポラ」とした。



図 5.8 Digily Life Vol.2 p11-12

吹き出しや装飾を手書きにすることで堅苦しさをなくし、高校生が興味を持ちやすいようなレイアウトを心掛けた。大学の日常はもちろん、非日常の様々なイベントを通して、楽しさや色々な経験ができることをアピールしている。

レイアウトとしては、写真の大きさに差を出し、視線の誘導を促す配列を取り入れている。

### 5.3.6 Vol.2 p13-14 4年のアシアト

4年生のこれまでの学生生活や、現在行っている卒業制作、就職活動についての話をまとめ、紹介したページである。

座談会に参加している3人は、全員デジタルメディア学科4年次に在籍しており、それぞれ会社から内定を頂いている学生である。内定先は学生によって業種・職種と様々だが、デジタルメディア学科で学んだ知識、技術を存分に活用できる会社や企業に就職が決まっているため、出演者にふさわしいと考え、起用した。

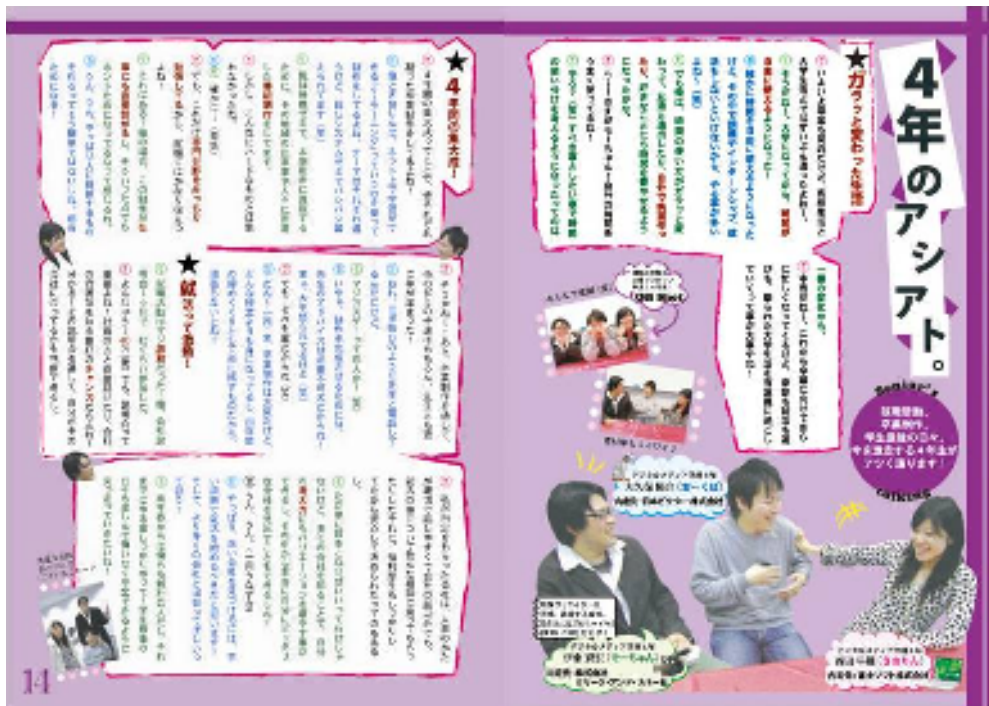


図 5.9 Digily Life Vol.2 p13-14

「学校生活」「卒業制作」「就職活動」に話題を分け、更に人別にコメントを色分けすることで、読みやすさを考慮したレイアウトを心掛けている。

掲載する写真も、座談会での素の表情が出ている動きのあるものを選抜し、仲の良さによりリアルな学生の表情を伝えている。

4年間の大学生活を通しての、環境の変化や経験について語ってもらうことで、最終的に4年後の成長をイメージしてもらう意図がある。

### 5.3.7 Vol.2 裏表紙

置き方によっては表紙にもなりうるということで、たとえデジタルメディア学科に興味がない高校生でも気になるように、受験生に向けた応援グッズを紹介するページとした。掲載しているグッズの取材は、太宰府天満宮参道のお店数箇所にご協力を頂いている。

表紙との統一感を出すため、背景や番号には主にピンク色を使用し、可愛らしさを出している。また、グッズの個々に切り取りをすることで、ひとつひとつが目立つような加工を行い、配置にも気を配った。

また、Vol. 2でもWEBとの相互利用を高めるため、WebページのバナーとHPアドレスを共に記載するスペースをとり、Webページのアピールを行った。



図 5.10 Digily Life Vol.2 裏表紙

### 5.3.8 Vol.2 の工夫点

今回の Vol.2 の制作にあたって、Vol.1 からの反省に加え、制作のプロの方からのアドバイスを参考に作業を行ったが、主観を取り除き、ターゲットを分析、熟知したうえでの作品作りがこんなにも難しいものだとは思ってもしなかった。

Vol.0.5 や Vol.1 に比べ、今回の Vol.2 では表紙から裏表紙まですべてのページにターゲット目線を第一に考慮した紙面作りが行われている。

これらの内容やレイアウトの徹底的な調査と検討が結果形として確認できるのが、数値として表示される配布部数なのだが、その配布について次章に記す。

## 第6章

### 配布活動

#### 6.1 配布活動について

作成したDigilyLifeをより多くの人の手が届けるため、様々な方法で配布活動を行った。広範囲での配布を行うため、学校側からの発信はもちろん、太宰府を中心とした自治体や店舗などで配布・設置依頼を行い、協力を頂いている。詳細を以下に記述する。

#### 6.2 配布・設置場所と配布部数

##### 6.2.1 Vol.0.5

Vol.0.5は、主に資料請求者への送付と大学進学説明会での配布の比率が高い。広報課の要望で大学進学説明会が多く行われる6月初旬に制作を完成させ、各地で開催される説明会には広報課の方が参加されるとの事だったので、そういった場面での配布にも広報課にはご協力いただいた。

表 6.1 Vol.0.5の配布

用途	配布部数
資料請求者への配布	100部
大学進学説明会での配布	100部
下関法人会への学校紹介の	20部
オープンキャンパス（5月開催分）	10部

Vol.0.5の在庫管理票はつけ忘れてしまったため、詳しい配布日時や用途が明確ではない。配布開始時に早急に確認すべきだったが、気付かず配布を進めてしまったためこのような形での表記となり、反省すべき点となった。

##### 6.2.2 Vol.1の配布

Vol.0.5から引き続き、大学からの発信と共に、自分たちでもできる配布活動をするため、太宰府を中心に様々な場所へ配布協力依頼と交渉を行った。

飛び込みでお願いする場合もあれば、先生方の繋がりや紹介に頼り、配布協

力をさせていただく場合も多々あり、その点でも大変お世話になっている。

Vol.1の配布用途また配布場所、配布部数についての詳細は以下の表で示す。

表 6.2 Digily Life Vol.1 配布状況

配布先	配布部数
広報課・入試課	130
資料請求者	660
デジ学生出身高校	102
報道機関	45
いきいき情報センター	20
太宰府館	60
天満宮参道のお店（1件）	30
その他のお店（五条、城南区）	50
その他 （古知野高校学校訪問・パソコン講座など）	333

表 6.3 Digily Life Vol.1 配布状況（太宰府周辺）

設置場所	部数	減数	残部数
太宰府市観光協会	25	25	0
かさの家	30	30	0
太宰府館	35	35	0
いきいき情報センター	20	9	11
合計	110	99	11

Vol.1全体の配布部数合計は1,430部で、制作した分すべてを配布・配置したこととなる。1月19日の最終確認により、7月下旬から1月中旬まで約7カ月の配布期間での最終的残部数は11部となっており、1,430部のうち実際に捌けた部数は1,411部となっている。

### 6.2.3 Vol.2の配布

Vol.2に関しても、Vol.0.5、Vol.1の協力先への配布の続行と、新たに配布協力先を見つけるため、太宰府天満宮参道の店舗と自治体に協力を募った。

Vol.2の発行時期が、年末予定だということもあり、年明けの大勢の参拝客を見込んで、特に太宰府天満宮参道のお店には協力依頼を積極的に行った。より多くの人たちにこのVol.2を見てもらいたいという思いから、年末の配布活動にはとても力をいれ取り組んだ結果、新たに設置協力していただけるお店を獲



得した。設置場所と用途、配布部数について表を記載する。

表 6.4 Digily Life Vol.2 配布状況

配布先	配布部数
広報課	100
資料請求者	1147
デジ学生出身高校	102
報道機関	45
いきいき情報センター	10
太宰府館	30
太宰府天満宮社務所	100
天満宮参道のお店（5件）	150
その他のお店（五条、城南区）	15
その他（取材者など）	19

表 6.5 Digily Life Vol.2 配布状況（太宰府周辺）

設置場所	部数	減数	残部数
太宰府天満宮社務所	100	0	100
いきいき情報センター	10	3	7
もち吉 宰府夢参道店	20	12	8
おねがいや太宰府	30	9	21
かさの屋	40	25	15
酒殿屋	50	24	26
コガ梅香軒	10	0	10
太宰府館	30	4	26
合計	290	77	213

※Vol.1の設置にご協力いただいた“太宰府市観光協会”については、観光関連でないという指摘からVol.2の設置を断念した。

Vol.2の全体の配布部数は1,689部で、Vol.2の配布期間はひと月ほどの短い期間であったが、発行全体分の約7割が配布・設置されたこととなっている。現在も配布を続行中であり、残存部数は361部である。

## 第7章

### その他活動

#### 7.1 学科紹介

##### 7.1.1 オープンキャンパス

オープンキャンパスは高校生と触れ合う絶好の機会だということもあり、デジタルメディア学科の認知度向上プロジェクトの一環として積極的に参加した。

5月17日の第一回のオープンキャンパス開催時から、松尾さんと草野さんはスライドショーを使用した学科紹介を行い、私はキャンパスツアー等の高校生の誘導スタッフとして参加している。

##### ● 工夫した点／よかった点

第二回以降は、学生スタッフでの企画立てを許可され、凸凹舎の3人でキャンパスツアーと同時進行の「クイズラリー」を考案した。全問正解した高校生にはお菓子の景品を贈呈し、より楽しく大学を知ってもらうために試行錯誤を繰り返した。

参加した高校生や保護者から、楽しんで案内を聞くことができ良かったとの嬉しい声をいただいていた。全5回のオープンキャンパスで様々な高校生と話す機会ができ、更には後輩スタッフとのコミュニケーションも深めることができ良かった。

##### ● 反省点

高校生が来る度に、そのつどスタッフが各施設に配置され、キャンパスツアーの案内を開始するという流れだったが、連絡が行き届いておらずキャンパスツアーの流れが止まってしまうという場面が数回あった。連絡体制はしっかり整えておくべきだと感じた。

##### 7.1.2 古知野高校

10月中旬に愛知県立古知野高校の修学旅行生が、本学科を見学を訪れ、その修学旅行生に向けた学科紹介と施設案内にスタッフとして参加した。

- **工夫した点／よかった点**

オープンキャンパスと内容は類似しているが、人数が多いことや、学習の一環で見学を行っているということで、ここではクイズラリー等のゲームは行っていない。

はじめは緊張で固まっていた高校生も、本学スタッフの気軽で親切な対応もあり、施設案内では自ら会話をし、笑顔を見せてくれるなど、リラックスして見学できている様子が見受けられ、私たちスタッフとしても大いに達成感と充実感を感じることでできた機会となった。

- **反省点**

大人数での学科紹介・施設案内だったので、高校生全員をまとめ、誘導させることが大変難しかった。最終的に、古知野高校の引率の先生方に誘導を補佐してもらうなど、私たち学生スタッフの未熟さが目立ってしまった。高校生とのコミュニケーションをとることも大切だが、仕事がおろそかにならないようしっかり自分の役割をこなすべきだと感じた。

## 7.2 学科アピール活動

### 7.2.1 フリー取材

「福岡で学ぼう」イベントのポスター作成のためのフリー取材に参加してみないかという広報課の呼びかけにより、認知向上に係るアピール活動には積極的に参加しようという意向から、草野さんと私でフリー取材と撮影に参加した。

8月2日、3日にソラリアステージで開催される「福岡で学ぼう」イベントのポスターに取材の一部と、撮影された写真が掲載された。

- **工夫した点／よかった点**

大学の好きな所や、福岡の良い所を一行程度で表現する作業では、分かりやすく、良さが一目で分かるような文章考案を行った。

文章だけでなく、装飾として星やハートマークなどを付けるなどして可愛らしさも出した。

- **反省点**

写真撮影では、普段カメラを向けられることなどないため恥ずかしさから、自然の表情が出ず、何度も再撮を行い迷惑をかけてしまった。

この様な場合は恥を捨て、撮影に臨むべきだと感じた。

### 7.2.2 ラジオ出演

このラジオ取材も、前述した「福岡で学ぼう」イベントの一環である。持ち時間を設定されており、その設定時間で収まるよう学校紹介の原稿を凸凹舎で作成した。収録には、元放送部の松尾さんが抜擢だと考え、付き添いとして草野さんが同行した。収録日のおよそ一週間後の7月16日の23:00ごろクロスFMにて放送された。

#### ● 工夫した点／よかった点

収録する時間がおよそ1分間と定められていたため、原稿作成の際には試行錯誤を繰り返した。1分間という短い時間で、本大学の良さが分かりやすく伝わるような文章を作成し、その後タイムを計り時間内に収まるか計測を行い、収録には万全な状態で臨んだ。

#### ● 反省点

収録後の放送日をしっかり確認していなかったため、ラジオ放送が行われた時間に、実際に放送された声を聞くことができなかった。  
スケジュール確認は確実に行うべきだと感じた。

## 7.3 スポーツ大会

DigilyLife の取材を通して、多くの学生から「1年から4年の縦の交流」が少ないという声が出たため、1年生から4年生に至るまでコミュニケーションを持つ場を作ろうと考え、企画立てを行ったのがこの「スポーツ大会」である。



図 7.1 スポーツ大会ポスター

- **工夫した点／よかった点**

参加対象はデジタルメディア学科生とし、開催日の調整や参加人数の把握、ゲーム方法やチーム編成、すべての作業を凸凹舎で行い、企画運営の大変さを身を持って学ぶこととなった。

この企画を行ったことで、私たちはもちろんだが、他学生も上下間と楽しんで交流を深めることができたと感じた。

- **反省点**

限られた時間で、平等にゲーム編成を行い、進行することが難しかった。

1年生～4年生までの大人数のチームを手早く招集させ、もっとスムーズにゲーム進行ができていれば、もっとゲームを多く組むことができたのではないかと感じた。ゲーム開始前に声をかけ、招集を早くさせることが次への改善点だと思う。

## 第8章

### まとめ

この「デジタルメディア学科認知度向上プロジェクト」を通して、様々な活動を行い、それと同時に多様な経験を積むことができた。主な活動であるパンフレットの企画制作では、自分たちの主観が先行した作品では、ターゲットの興味を惹くことは難しく、メッセージが伝わらないという事が分かった。ターゲット目線に立ち、ターゲットの動向や志向を把握、熟知したうえで初めてターゲットの興味を惹く作品を作ることができるのだということを学んだ。また、制作作業は試行錯誤の連続であり、膨大な時間と労力を費やすことも知った。

配布では、お金をかけずに自分たちで行える配布活動として、太宰府を中心に学外への設置協力依頼を行った。依頼をする場合にも、活動内容に関しての意図や目的を明確に伝え、納得していただけるよう説明することが大変難しく、無償で協力を得ることの大変さを身をもって感じた。決して楽とは言えなかったが、快く了承していただいた方の親切に触れ、温かい声とご協力を得ることができ、順調に配布活動を進めることができた。

このように、広報活動というものが多岐にわたり、さらに仕事量は膨大で、一人の力だけではできないということが分かった。また、それをこなすことによって得られる技術や知識および経験は計り知れないものであり、何事にも挑戦することの大切さと、周囲の支えや期待が人間を成長させることを実感した。

このデジタルメディア学科認知度向上プロジェクトの活動によって、今まで福岡国際大学を知らなかった人たちや、特に「高校生」に少しでも興味を持ってもらい、更にそれが入学へと繋がれば、私たちの活動は大成功だといえる。

**やる気さえあれば、挑戦する場と素晴らしい環境を与えてくれる、このデジタルメディア学科がもっともっと世間に知られていき、将来どのブランド大学にも負けないような知名度の高い大学に成長してくれればと願うばかりである。**

## 謝辞

本卒業制作を行うにあたり、福岡国際大学国際コミュニケーション学部デジタルメディア学科の平川幹和子准教授には、ご指導・ご助言をいただき、大変お世話になりました。制作に関してだけでなく、就職活動を行う際にも大変お世話になりました。深く感謝申し上げます。

また、取材、収録・撮影の際にはデジタルメディア学科生の皆様と先生方には温かいご協力をいただき、大変お世話になりました。心より感謝申し上げます。その他の活動は、広報課の方の呼びかけによるものも多く、ラジオ収録やフリー取材など滅多にできない体験を、多くの学生の中から私たちを選抜し機会を与えてくださったことに大変感謝しております。

さらに、配布活動では広報課の方々をはじめ、太宰府を中心とした自治体や店舗の皆様のご協力により、予想を上回る広範囲での配布活動を行うことができました。深く感謝申し上げます。

最後に、入学時から私たちを見守り、時には厳しく、手厚い指導と激励をしてくださったデジタルメディア学科の古市恵美子教授、Robert W. Norris 教授、小林幹彦教授、牧幸浩准教授、深町修一講師には深く感謝申し上げます。

また、現在は離任されてしまいましたが、離任後も、私たちの活動を陰から応援・評価してくださった石田先生にも心より感謝申し上げます。

## 付録

凸凹舎の活動に関する調査資料、及び原稿などの付録は別冊の「デジタルメディア学科認知度向上プロジェクトに関する資料」を参照願いたい。