

大学生と考えるSDGs

アクション支援 PROJECT

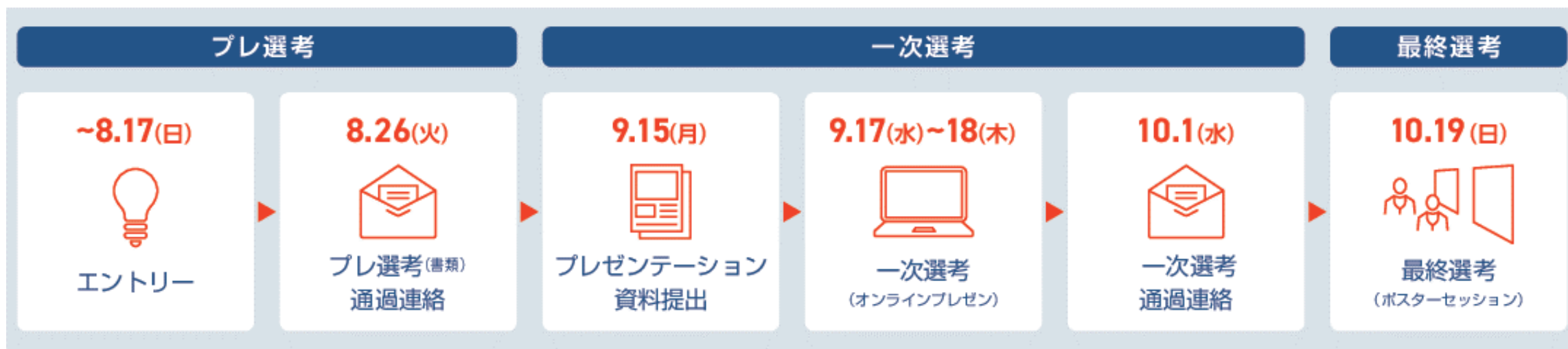
オリエンテーション

(参考) プレ選考後の流れ・アクション検討のヒント

あたらしいを、あたりまえに

J:COM

この資料では、プレ選考を通過した後の流れと
アクションを検討する上でのヒントをお伝えします。



【ポイント】

★ 一次選考では、オンライン形式でJ:COMにプレゼン！

10分のプレゼンと5分の質疑応答で、オンラインプレゼンを行っていただきます。

★ 最終選考は対面・ポスターセッション形式で実施！

J:COM社員や専門家、他チームの参加者と直接意見交換しながら、多角的に学びを深めることが可能です。

また、参加者の皆さん同士で楽しめる共創コンテンツも準備中。

詳細は一次選考通過時に、追ってご連絡させていただきます。

一次選考（オンラインプレゼン）

選考方法

- ・ オンライン会議ツールを使用します
- ・ 参加者はプレゼンテーション資料を作成し、
1チーム10分以内でプレゼンしていただきます
資料のフォーマット（パワーポイント10枚程度）は
通過連絡時に詳細をご連絡します。
- ・ プレゼン内容に対して質疑の時間を5分設ける予定です

※プレゼン時にお伺いするご質問を元に、
後日アドバイスや回答をフィードバックさせていただきます。

進行スケジュール ※仮

13:00-20:00のうち20分間程度

※2日間に分けて実施いたします。

※詳細は通過連絡時にご連絡させていただきます。

一次選考

9.15(月)



プレゼンテーション
資料提出

9.17(水)~18(木)



一次選考
(オンラインプレゼン)

10.1(水)



一次選考
通過連絡

最終選考（ポスターセッション）

最終選考

10.19 (日)



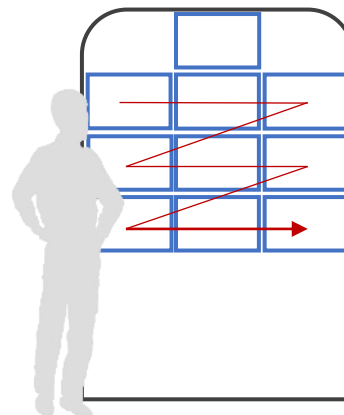
最終選考
(ポスターセッション)

進行スケジュール※仮

13:00～17:00（予定）

<実施内容>

- ・開会式
- ・ポスターセッション
- ・審査および参加型コンテンツ
- ・表彰式



ポスターセッションとは

学会や会議などで行われる研究発表や情報共有の形式の一つ。

参加物は、自分のアイデアなどをまとめたポスター（掲示物）を作成し、会場に掲示。

審査員や他チームの参加者は関心のあるポスターを周りながら、発表者と直接会話しながら内容について質問したり、議論を行います。

■ 掲出形式：一次選考で使ったプレゼン資料をポスターとして使用

A3サイズ・横型・4C印刷（印刷は事務局にて対応します）

審査員

企業・CSV視点

JCOM 株式会社

お客さまや地域社会とともに、全国で放送・通信事業などの多様なサービスを展開。サステナビリティ経営方針として、「暮らし」「地域社会」「地球環境」「人」という4つの領域でマテリアリティを掲げている。

マーケティング・ビジネス視点

中央大学名誉教授 東京大学講師 田中 洋

(株)電通で21年間実務経験の後、法政大学経営学部教授、コロンビア大学客員研究員、中央大学ビジネススクール教授を経る。日本マーケティング学会と日本消費者行動研究学会で会長職歴任。

アイデア・発想視点

多摩美術大学教授 佐藤 達郎

1981年、(株)旭通通信社(のちのADK)に入社。コピーライターとして活躍後、200名を超えるクリエイティブ部門の人事・組織・研修・ビジョン策定等を担当。現在は多摩美術大学教授とコミュニケーション・ラボ代表を務める。

地域課題視点

ゆるさと Labo

(株)小田急エージェンシーにて活動する、関係人口と地域のつながり方について研究するプロジェクト。学会での発表や論文寄稿に取り組みながら、実務としても自治体や地域団体にソリューションを提供。

ゲスト審査員

井上 咲楽

1999年10月2日、栃木県益子市生まれ。2015年に第40回ホリプロタレントスカウトキャラバンで特別賞を受賞してデビュー。ABC「新婚さんいらっしゃい!」やNHK Eテレ「サイエンスZERO」でMCを務めるなど、バラエティを中心に活動。

J:COM



ゆるさと
Labo



< 参考 >

地域での活動を考える・実行するヒント

関係人口研究プロジェクト
「ゆるさとLabo」
(小田急エージェンシー)

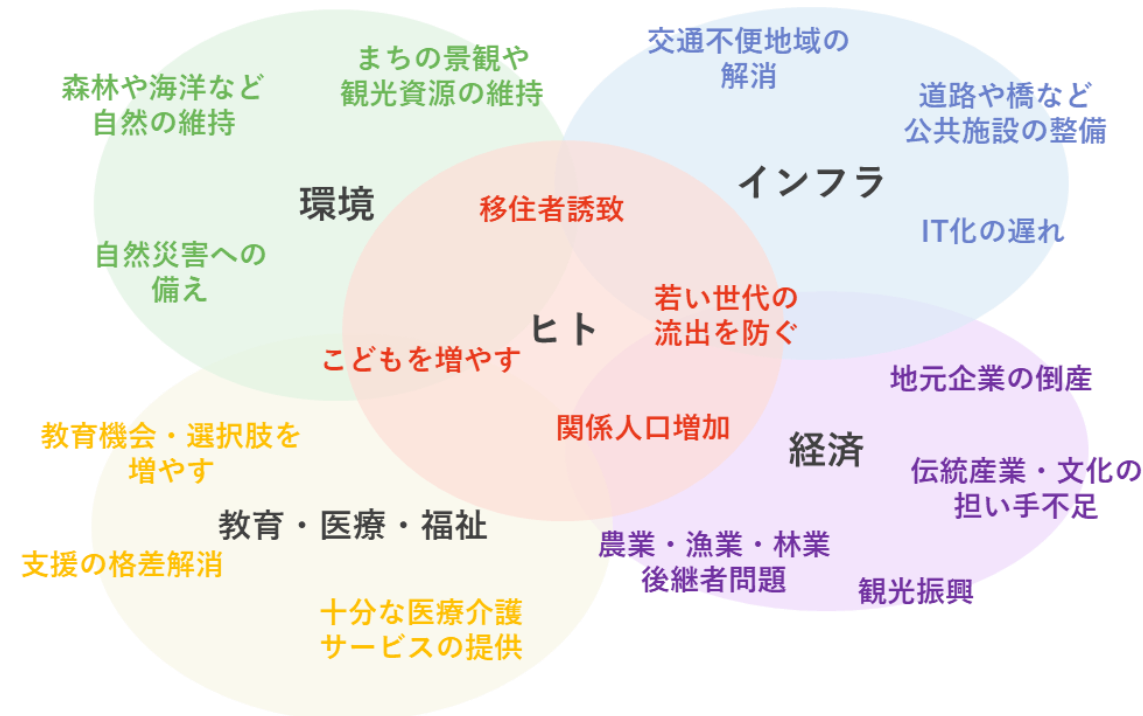
私たちは「ゆるさとLabo」と申します。
小田急グループの広告会社・小田急エージェンシーの中にある研究チームで、
＜地域と人＞、特に＜地域と若者＞のつながり方の研究をしています。
今回はご縁があり、このプロジェクトのサポートをさせていただいています。

研究者・そして広告会社として地域に携わっている経験から、
みなさまの応募アクションや普段の活動がより良い形で進んでいくために
ヒントになるようなお話ができればと思います。



言葉だけで見るとどの地域でも似た課題を抱えているように見えますが、必ずしも他のまちでうまくいった方法がそのまま成功するとは限りません。地域の規模や暮らす人・資産がさまざまであるように、その地域にとって「適した」取り組み方を探していく必要があります。

地域活動を良い形で長く続けるためにで私たちが重要だと考えているのは、活動者に求められる視点を知ること、そして地域との関係づくりです。



そこで暮らす人々にとっては「当たり前なもの」「見慣れたもの」が
外から見ると個性や魅力として見えることがあります。

こうした個性や魅力の発見こそが“その地域らしい”活動の糸口。
地域内だけでなく地域外からの注目や協力を集めやすくなり、推進力が増していきます。

アクションを行うその地域に住んでいる・通学しているという方も、
“活動者側”になったときには地域を俯瞰して新鮮な気持ちで見てみてください。
「地域に埋もれてしまっているもの」を「課題解決に活用できるものに変える」ことが
地域から求められる、皆さんならではの視点です。

例えば…



自然にあふれた環境はあるが
若い人やこどもが遊べる施設や場所がない

⇒山や川に気軽に触れられない
都会の子供にとっては魅力的
地元の子供たちを案内人にした
体験コンテンツが作れるかも

まちの名前の認知度が低く
関係人口も移住者も増えない

⇒逆手に取って、
「知る人ぞ知るまち」として
ユニークな宣伝ができるかも

地域とよい関係を築きながら活動を進めていくことが何より重要です。

皆さんがアクションを起こす「地域」にはこれまで培った暮らしや歴史があります。そういった場所で新しいことを始めると、壁に当たるときが必ずやってきます。

自分たちが地域を変える！任せてもらう！という一方的な姿勢ではなくよく話し、助けを求めてみる、悩みを相談してみることでお互いの自己開示が進み地域の一員として「頼り・頼られる、良い関係」が生まれ、活動が長続きしやすいことが私たちの研究結果からも実体験からもいえます。

すでにその地域で
活躍している人に話を聞いてみる



活動に必要なスキルを
教えてもらう・人に会う

地域の人と交流する
機会を増やしてみる



まとめ・アクション検討のヒント

活動者に
求められる
視点



「あなた（活動側）の視点」で
地域が気づいていない魅力を見つける、活用する

継続性のある
活動にする
ために



地域の声を聴く、助けてもらえる関係構築
＝あなたが活動しやすい環境づくりにも取り組む

※これからアクションを始める人も、今すでに進めているアクションがある人も、
地域での活動の段階に関わらず同じく意識していただきたいヒントです

問い合わせ先・採用情報のお知らせ

当プロジェクトに関するお問い合わせ先

問い合わせ事務局

info@jcom-co-creation25.com

公式サイト Q&A

<https://www.jcom.co.jp/corporate/sustainability/community/co-creation/>

採用情報

J:COMは27年度卒向けの就活イベントを実施中です！たくさんのエントリー、お待ちしております！

※26年度卒向け採用も行っております。詳細は当社採用HPをご覧ください。

▼エントリーは
こちら



JCOM 新卒採用

検索



社員インタビュー記事掲載中！



@jcom_recruit



オリエンテーションPart 1 も ご覧ください

みなさまのご応募をお待ちしております！