

スマート・クルーズ・アカデミー 「ワーク内容の紹介」

01 総評に寄せて:赤井伸郎(大阪大学)

スマートクルーズアカデミーでは、船上で学生の論理的思考の場を提供することを一つの目的としている。このたびの第21期のスマートクルーズアカデミー(2023年6月14日から20日@MSCベリッシマで開催)の船上で行ったプレゼンの内容と、その内容に対するコメントを紹介する。学生にとっては、ターゲットを絞って説得的に伝える方法について論理的に考える良い機会になったと思われる。コーディネーターを務めていただいた橋本先生と倉本先生には感謝したい。

02 絵コンテと説明 ~班別ワーク成果~

- (1)・・・クルーズを「未体験者に伝える」という課題に取り組むにあたって、意識したポイントやテーマがわかるようにプレゼンに表題。
- (2)・・・絵コンテ(スライド)毎で入っていたはずのセリフやナレーションの文章化。
- (3)・・・絵コンテ全体はどのような物語(展開)になっているかの説明。

A 班

(1)表題「大学生がクルーズ船に乗ってみた」

(2)ナレーションやコンテンツ

1枚目

みなさんはクルーズ船といえば、どんなイメージを持ちますか? ・値段が高い・ドレスコードが厳しい・ずっと船の上は暇そう こんなイメージをもつ人は多いと思います。実際はどうでしょうか?確かめてみましょう!



2枚目

こちらはMSCベリッシマに乗船したシーンです。この女の子を見ると、手荷物がなく手ぶらです。クルーズ船にはたくさんの荷物を用意しなければならないというイメージがあると思いますが、パスポートさえあれば乗船できます。また、飛行機に搭乗する時にあ

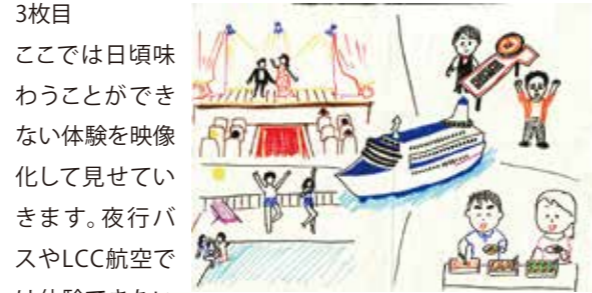


る手荷物の制限もありません。非常に楽です。それでは出発!!行ってきまへす!!

3枚目

ここでは日頃味わうことができない体験を映像化して見せていきます。夜行バスやLCC航空では体験できない

ものを見せてクルーズの魅力を最大限アピールすることが可能です。真真中にクルーズ船を外から見た時の写真を置いておき、絵のように4枚の画像が見えているところから始めます。左上から順番にリアルな船内の生活について、できることを映像で流して行く形式です。左上にはショーの映像を流し、右上でカジノを楽しんでいる映像を流します。左下ではプールや夜のダンスを楽しんでいる様子を流します。最後にビュッフェを楽しんでいる映像を流します。この映像を見た人は、クルーズでたくさんのことを体験することに驚くはずで、そこで「異世界や!これ全部あの値段!?!」というナレーションを入れます。



4枚目

1枚目のネガティブなイメージは、それほどでもないよーということを表しています。左の「お金がかかる」というイメージから見てみましょう。クルーズ料金は最低でも



10万円以上はかかり、旅行としては手が出しにくい価格となっています。しかし、クルーズ料金には(お酒などは除く)食事やショーなど(カジノや有料ショーなどを除く)アクティビティ代はほとんど含まれているので、追加で料金を払わなくても良いのです。また、飛行機で海外の国を複数旅行するなら、何回かフライト予約をし、滞在費もその都度料金を払わなければなりません。続いて、「クルーズ船内はドレスコードが厳しくて、格式が高そう」というイメージです。ドレスコードが決められているのは確か、格式高い雰囲気クルーズも多いです。しかし、クルーズ船内でずっとフォーマルな格好はしていません。例えば、特別な日や時間帯だけのドレスコードだったりするので、基本的に服装は自由です。ま

たクルーズ船に乗っている人は国籍や人種が多様で、クルーズ船だからこそ得ることができる出会いもあるでしょう。そこでしか得ることができない文化や国際交流を楽しのが一番だと思います。

最後に右側の「ずっと船の中だと暇なのではないか」というイメージですが、そんなことはありません。屋外プールのほか、ジムや多数のショッピング施設、毎晩行われるダンスパーティーや様々なショーなど、船に1日いるとしても「暇」ということはありません。



5枚目

このように、クルーズには実際に乗船してみないと分からない魅力が沢山あります。みなさんも是非乗ってみてください。ちなみに、MSCクルーズは〇〇月に日本発着〇〇回の旅があります。この夏休み、友達との思い出作りにクルーズ船はいかがですか!

(3)絵コンテ全体の展開

1枚目で値段が高い、ドレスコードなど格式が高い、船の中で息が詰まるといったクルーズへの先入観を伝える。2枚目で実際に乗船する際の手軽さを伝える。具体的には、空港のように厳しい審査もなく簡単に乗れることや手荷物に重量・サイズの制限がないことを説明する。3枚目で実際の船内生活を他の旅行移動手段と比較しながら伝える。伝えるポイントとしては、

- ・乗船料に含まれているサービスが沢山ある(コース料理、プール、ジム、ショー、カジノ等)
- ・スーツケースを持って移動しなくてよい
- ・船内にすべて詰め込まれているので、部屋を出た瞬間エンタメの世界が広がっている
- ・非日常を味わえる

4枚目は、実際に乗船したことで分かったことを伝える。

・値段が高いというイメージに対し、一見高そうだが、料金に宿泊費だけでなく、豪華な食事代、様々なアクティビティ代が料金の中に含まれており、飛行機などで海外を回るよりも移動が少なく、一つ一つ値段を気にして支払うという手間がなく楽であることが分かった。

・ドレスコードが厳しく格式高いというイメージに対し、基本自由で各人に合わせた楽しみ方ができることが分かった。クルーズ船には多様な人が乗船しており、人との出会い・別れが瞬間的に行われるクルーズ船だからこそできる文化・国際交流がある。

・ずっと船の中で息が詰まりそうというイメージに対しては、船の上にはジムやプールのほか、ショッピング施設、またダンスパーティーや様々なショーが毎日行われており、むしろ時間が足りないと感じることが分かった。一日船の上にとっても、まず暇ということがないことを伝える。

5枚目はまとめとして「みんなもクルーズに乗ろう!」という

メッセージを伝える。また、この動画を見た後にすぐ予約につなげられるよう、次の夏休みに日本発着で乗れるMSCクルーズを紹介する。

B 班

(1)表題「プレ留学_楽しく安全に留学体験」

(2)ナレーションやコンテンツ

目標:若者乗船率を上げる。若者視点からという説明を受け、対象を若者と設定した。

コンセプト:海外旅行/留学の練習

クルーズは、パスポート、英語、海外認定という海外旅行と似た特徴がある。ただ、その特徴を持ちつつも船内にいる人間は一定の層に限定されているなど、様々な点において安全である。また、乗船を阻害するのはお金と時間であると分かった。しかし、学生にはお金がないので、支援者としての親の心に響くように位置付ける必要がある。そこで、海外留学前の勉強や慣らしだから、教育投資だと親に訴求するのが良い。

ターゲット像

年齢:20歳。海外留学へ行く前の段階が最も多い年齢。

性別:女性。「安全に」というのがメッセージの一部分であると考えたとき、女性でも大丈夫というのを暗に示すために女性職業:学生。訴求を考えると学生。

居住場所:大阪

家族構成:4人家族、妹。自分がそうであるため。

1枚目

Not good:まいこは船上でお酒を楽しもうと、自分で買ったものを持ち込もうとして没収されてしまいました。税関の



イメージってこんな感じ。Good:ちゃんとお酒持ち込み等に気をつけたまいこ。船内では、定額で飲み放題のプランが!船上で、好きなお酒をほどこに嗜むことができました。

2枚目

Not good:やりたいこと、欲しいものがたくさんあるまいこは、たくさんのサービスを、たくさんのも



のを買ってしまいました。カードで買ってしまうので、下船時には多額の請求が!ドルでも、別の場所でも、賢く見分けて使った方が良いですね。Good:オプションとfreeを見分けて賢く使えたまいこ。適切にお金をsaveすることができました。

3枚目

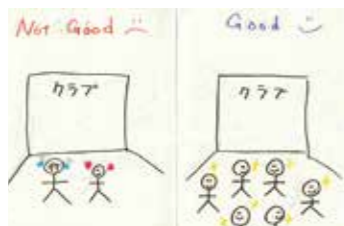
Not good:コース料理にやってきたまいこ。複数の品から好きなものを選べば良かったのですが「ALL!」と言ってしまい、

全ての品が出てきてしまいました。Good:好きな品をきっちり選んで、食べられる分を頼んだまいこ。苦しまず楽しめました。



4枚目

Not good:クラブで、イケメン外国人と恋に落ちて、楽しく英語ペラペラになれると想像していたまいこ。しか



し、そう簡単に行くはずもなく。Good:海外生まれのスタッフや、外国からのお客さんと話して踊って、文化の違う人との交流を学ぶことができました。

5枚目

綺麗な映像を流して、行ってみたい!という気持ちを促進する。それによって締める。(該当のイラストは無し)

(3)絵コンテ全体の展開

失敗談でクスッと笑えるシーンと、スマートに振る舞うシーンを4場面で重ねて、最後に、綺麗な映像を流すという流れです。やってしまった!という笑えるシーンによって、若者間でのシェアを促進しつつ、海外で気をつけるべきことを学べるというメッセージも伝えるという意図で作りました。以下、場面ごとに説明します。

まず、第一場面では、やっと乗船日を迎えたまいこが乗船の段階で、その船にとっての税関に止められるというシーンです。怖いがしりとした人に、英語で止められて、いきなりヒヤッとするという形の失敗ケースで、事前にそこに持ち込めるものを確認する重要性を学びます。次に、船内では飲み放題プランがあるためそこでかっこよく飲めるというシーンをとり、クルーズの魅力も伝えます。

第二場面では、クルーズ内はキャッシュレス決済が便利すぎて、どんどん使っちゃおうという失敗を流します。チップや、水など、海外でお金がかかる難しいポイントを学べるようにしたいと思います。そして次に、おしゃれなメガネをかけたまいこが歩くシーンに切り替わり、オプションとフリーを見分けつつ、船内サービスをスマートに使っていくのを流します。

第三場面では、コース料理にやってきたシーンを流します。前菜からデザートまで、各品を選んでいくべきであるところ、「ALL!」と答えてしまい、全ての料理が運ばれてきて苦しむ、という失敗ケースを流します。次に、きっちりと会話して、おすすめや特徴を聞き取り選んでいくというカッコいいケースを流し、料理の頼み方等を学ぶと同時に、クルーズでの豪華なご飯の楽しさを伝えます。

第四場面では、ダンスパーティーへ行く前の妄想として、海外のイケメンと恋に落ちたりなんかしないかな、というまいこの脳内イメージを流します。そこに、「イケメン

は保証されていません」。というようなツッコミテロップを入れて、笑えるようなものにします。その後、簡単にタイプな人とは出会えなかったものの、いろんな人と英語でコミュニケーションを取れて、楽しそうにするシーンを流します。

最後に、船内の綺麗な映像をカッコよく流して締めとします。

C班

(1)表題「クルーズ船の「日常」」

(2)ナレーションやコンテンツ

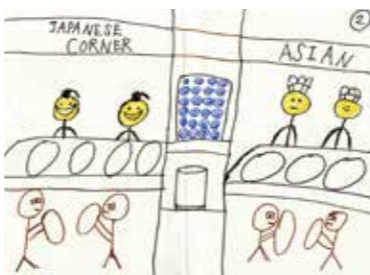
1枚目

朝起き上がると、そこは海の上に浮かぶ非日常的な空間が広がっている。窓から外を見ると、きれいな海や様々な魅力を持った寄港地が見える。さあ、身支度をして今日は何をしよう?



2枚目

まずは朝食をとり、デッキ15のbuffetに行く。様々な地域の料理がたくさん並んでいる。朝から海を見ながら食事が出来るなんて、なんて豪華なのでしょうか。



3枚目

船内にはアクティビティが沢山ある。プール、ウォータースライダー、カジノ、ジム、カラオケ、迷路などなど。遊びつくせない程あるから、どれから行こうか??



4枚目

ここまで船内アクティビティだけでも十分楽しいのだが、移動時間を意識しなくても国内外様々な所へ行けるのも醍醐味である。



今回は有名どころの世界遺産の映像ばかりであるが、個人手配の旅行では中々目的地とならないような場所の映像を作ることで、旅行してみようというきっかけになる。また、1回のクルーズ旅行である程度まとまった日程をとることが多いため、1回の機会でも多くの場所をめぐる事が

可能である。

5枚目

夜になるとシアターショーを見たり、お酒を飲みながら踊ったりと船内は一気に大人な雰囲気



に包まれる。美しい格好に着替えて踊りに行こう、今日はどんな出会いがあるのだろうか。

(3)絵コンテ全体の展開

C班の絵コンテは、「クルーズ未体験」の方に向けてクルーズ船内での「日常」を伝えることをテーマとし、1枚目から5枚目にかけて時系列的に船内の生活を追えるように構成した。また、ターゲットとして20代の若者を設定したため、若者でも十分に楽しめるコンテンツがあるということ、自分たちの体験も交えながら魅力を伝えている。以下、絵コンテごとの説明を行う。1枚目では、一日の始まりである「起床」に焦点を当て、もうすでにその時点から「非日常」が始まっていることを演出している。窓の外を見るとそこは海という強烈な特別感を感じて貰うように工夫している。2枚目では朝食に焦点を当て、朝からバイキングで豪華な食事がとれることを示している。多国籍の料理を、自分の好きなだけ食べられるなど「食」の面から魅力を伝えたいという意図である。3枚目は船内で体験できる様々なアクティビティをそれぞれ短く紹介する構成である。船の上のプールやジムなど、多くの人が一度は憧れるようなことが出来るということを示し、「自分も体験してみたい」という気持ちを起こさせようとしている。また、カジノなど日本の外でないとそもそも出来ないアクティビティも盛り込むことで、「非日常」感をより強く演出している。4枚目は寄港地観光の様子を写したものである。船の中で楽しみながら、かつ移動して様々な観光地にも行くことが出来るという、「観光地向こうからやってくる」という大きな魅力を演出している。大きな荷物をガラガラと引いていく必要もないというクルーズ旅行自体の魅力を十分に伝えることを目的としている。5枚目は一日の終わり、夜の楽しみであるバーやダンスパーティーを示している。夜も眠ることのないクルーズ船を表現するとともに、時系列的順の最後として夜の描写を持ってきている。

以上のように、一日の流れを時系列に示すことで、動画を見る方がクルーズ船での生活を想像しやすくし、不安の払拭と魅力を伝えることが同時にできると考えている。

D班

(1)表題「MSCクルーズの実態」

(2)ナレーションやコンテンツ

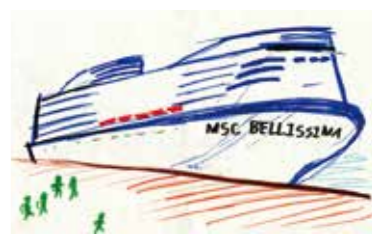
1枚目

「神戸港に初めて寄港したクルーズ船?!MSCベリッシマ号」「でっかい!」ここでは船全体の写真を載せ、大きさを重

視した見た目の紹介をします。

2枚目

プール(ジャグジー付き)・ウォータースライダー・カジノ・メインフロア(スワロフスキーの階段を中心に)・ショッピング(有料)・シアター(無料)・アミューズメント(有料)内装



や娯楽施設を中心に紹介。「プールは室内と屋外にあり、ジャグジーまでついています!メインフロアにはあの有名なスワロフスキーの階段があり、煌びやかでインスタ映え間違いなし。他にもお子様連れでも楽しめるウォータースライダーや、一部有料ですがアミューズメントやシアターもあります。」「お部屋からは海が見えて気持ちいい!」

3枚目

食事について船内の無料ビュッフェを紹介。「船内はなんと24時間食べ放題?!普通の食事からおやつも夜食も食べられちゃうビュッフェがあります!ディナーは一部有料ですがレストランもあるんです。」「日本食からイタリア食まで幅広く楽しめます。」



4枚目

ショーに特化した説明。「毎回変わるショーはマジックショーからロックショーと様々な種類豊富!有料のショーにはあのシルクドゥソレイユも来ている!」「屋外のプール広場には大きなシアターがあり夜は無料で映画が見れちゃいます」「毎日指定の洋服テーマがあった夜はフォーマルナイトで遊んじゃおう」



5枚目

船だからこそ良さ「今回のMSCベリッシマは10日間で5つの都市に回れます!」「船内は基本施設、食事は無料!格安ツアーの案内もあるんで一人でも楽しく遊べちゃう!」荷物はお部屋に置きっぱなしスタイルなのでお土産がかさばる心配もありません」



「あなたもこれを機にクルーズ船に乗ってみませんか?」

(3)絵コンテ全体の展開

絵コンテは横浜在住の4人家族をターゲットに作っています。年齢は大学生という設定なので18~25歳くらいの枠です。物語としては大学生がこのMSCクルーズに乗りクルーズの施設内の魅力を主に発信していく形になっています。

始まりは大学生たちが神戸港に最も大きいクルーズ船が寄港した!それに乗った!という部分から始まり、クルーズ船はどんなものなのかを細かく説明しています。ここでは大きな船に大学生が乗っているというのがポイントです。船内施設を有無料の表記をつけながら説明することで実際に行った時の予算を想像しやすくしています。24時間食べ放題や、普段見ることのないスワロフスキーの階段を紹介し非日常を味わっている様子を紹介し学生生活とはかけ離れている様子を紹介していきます。又、船内で退屈することがないというほぼ無料というパワーワードをだし、終日航海日も飽きない様子も紹介します。そして、大学生が何人経験したことがあるのか?というフォーマルナイトの様子などを見せ、ここでしかないということを見せます。

最後にクルーズの概要や良さ、陸地ではなく海の上だからの良さなどの説明をし、非日常や差別化されていることを紹介し富裕層じゃなくても、最終的に大学生でも行けることを紹介する流れとなっています。この物語は大学生のうちからクルーズに乗るということで自分が親になった時子供を連れていけることや親孝行として広がることも目的としています。なのでターゲットが4人家族構成なのは家に帰ってクルーズの話をし、身内で広めていくことが狙いです。又、年齢層が18~25歳の大学生なのは若いことでのSNSの発信度に注目しています。

E班

(1)表題

「クルーズ未経験の大学生に向けたクルーズ旅行~非日常体験を通して~」

(2)ナレーションやコンテンツ

1枚目

船に乗船から部屋に荷物を置きに行くまでの流れ

主人公:今日から1週間のクルーズ旅行が始まる!船でかいし、ワクワクするね。どんな1週間になるんだろう、、、お部屋キレイ、意外と部屋広いね



2枚目

2日目、プールに行きウォータースライダーに友達と一緒にのる。友達の後ろを主人公が滑ってる感じ。他の人が楽しんでる声も聞こえてくる

主人公:ウォータースライダー楽しい!気持ちいい!うわっ、背中真っ赤っかだ!みんなすごく楽しそう。

3枚目

友達と豪華なディナー。次の日の朝は種類豊富なビュッフェ

主人公:こんな豪華な料理は初めて!スタッフもイケメンだしかわいい…。めっちゃ眠い…。でもすごくおいしそう。ごはんの種類いっぱいあるね!何でもあるじゃん!

4枚目

友達とジムにきてランニングマシンに乗っている。カジノに来て、負けて悔しがっている。

主人公:船で運動で気持ちいいな~。ジムまであるのか、これでご飯いっぱい食べても問題ない。いっぱい運動して痩せるぞ~。50ドル負けた…、悔しい~!!

5枚目

最終日のフォーマルナイトで友達と乾杯。靴がたくさんいるってことをオチにする。

主人公:今日は最後の夜で皆キラキラしている。船の上で友達もできたし、美味しいご飯も食べられたし、充実していて1週間があつという間だった。また来ようね。ところで、靴何足使ったんだろう。

(3)絵コンテ全体の展開

未経験の人にクルーズ船の魅力伝えるということで、主なターゲットは私たちと同じ男女の大学生に絞っている。ごく普通の大学生がバイトに(週4、5時間、2か月)に力を入れて参加できることを動画の冒頭で説明する(絵コンテであれば1枚目に該当)クルーズ船がより身近で、僕たちのような大学生でも参加できるということを一番に伝えたい。そして旅行の選択肢としてクルーズ船が加わるような展開を1分間で見せたい。特に普通の旅行とは違い「移動そのものが楽しめる」、「いろんな地域の方々と交流することができる環境がある」また「部屋を一步でたらそこはもう別世界」といったこの3つを挙げることで選択肢の一つになればよいと考えている。また1分という短い時間なので「ハッシュタグヒカキンボイス」で一度見たら印象に残る、



検索に引っかかりやすい動画にしたいと考えている。

1枚目では、船全体と友人を共に映して、船の規模感やインパクトを残したい。また部屋に行くまでのドキドキ感、肝心の部屋を中心に動画の中でも15秒から20秒と長い尺で視聴者の心を掴む。ここではスニーカーを映す。2枚目では船の上でウォータースライダーに乗っていることをアピールする。少しプール全体も映して移動中もここまで楽しめる、こんな楽しみ方もできると見せる。ここではサンダルも映す。3枚目では特に朝食をアピールしたい。朝の時計の時間を映すと共に朝食を食べているシーンで、早起きして良かったことを伝えたい。ここでは船内のスリッパ、船内移動用のサンダルを映す。4枚目では、海を見ながらジムと朝日見ながらデッキのランニングコースを走っている姿を映して、朝早くから1日が充実していることをアピールしたい。ここでは屋内用シューズと屋外シューズも映す。最後の5枚目ではフォーマルナイトで普段とは違う船の雰囲気をおアピールしたい。真っ白で統一されたクルーや乗客、友人と共に乾杯している様子を映したい。特に別世界を意識して動画を終わらせたい。ここでは革靴を映す。靴何足もってきてんねんを動画のオチにする。

03 コメント1 高橋 誠(福岡市港湾局)

3.1 全体コメント

参加大学混成の5チームによるクルーズの魅力伝えるプレゼンテーション。

学生たちは乗船前からSNSやWEB会議を通じてプレゼンの準備を進めてきました。各プレゼンに共通していたのは、ターゲットの絞り込みが細かく具体的にできていたことです。そのため、総花的な発表ではなく、各ターゲットに応じたクルーズの魅力が伝えられる内容となっていました。どれもクルーズ人口を増やすためのプレゼンとして見えそうなものばかりです。

3.2 班別コメント

A班「大学生がクルーズ船に乗ってみた」

クルーズに対する誤解を挙げ、それを一つ一つ崩していく展開。コスパが良いこと、非日常の生活を味わえるという利点を改めて掲げている。年齢の方がついていきやすい発表スタイル。

B班「プレ留学__楽しく安全に留学体験」

まずタイトルが良い。親世代にもイメージが湧くタイトル。日本発着クルーズという安心感の中で、船内に入ると外国気分を味わえ、意思疎通は基本的に英語という旅の様子をよく表している。

C班「クルーズ船の「日常」

船内アクティビティ中心の構成。航海中もじっとしてい

ることなく船内のアクティビティを満喫しながら、ついでに寄港地での観光もできることを紹介している。クルーズ船が単なる移動手段でないことを強調した作品。

D班「MSCクルーズの実態」

船は退屈のイメージを、船内の遊び場所を次々に紹介することで壊していく。船の大きさを圧倒し、畳みかけるようにウォータースライダー、ショッピングアーケード、豪華な食事やレビューが登場すると、船旅の魅力に引き込まれていくことでしょう。

E班「クルーズ未経験の大学生に向けたクルーズ旅行~非日常体験を通してから~」

友人同士の旅というわかりやすい場面設定。ベッドへのダイブは絶対やりそう。大学生を主人公にすることで、クルーズがお年寄りやお金持ちのものではなく、学生でも体験できる旅であることをアピールできている。

04 コメント2 倉本宜史(京都産業大学)

4.1 全体コメント

今回の学生課題は、参加大学の立地場所が異なることから、事前に直接会っての挨拶や準備ができないという地理的な制約があった。また、大学生活の大半の授業を「コロナ禍」でのオンラインで受けてきたため、船内で行った対面での打ち合わせという、双方向のコミュニケーションが必要な場合は、不慣れな作業だっただろうと思われる。そんな中、各班ともに工夫を凝らして、出来る限りの事前準備と船内での作業を行ってくれたため、課題の目的に合った提案をしてくれた。

4.2 班別コメント

A班「大学生がクルーズ船に乗ってみた」

自分たちの、乗船前に持っていたイメージが、乗船後に変わったという経験を基に、絵コンテを作成した。おそらく、発表内にて示してくれたように、大学生がクルーズ船に対して「乗船料金が高額であること」や「大学生では持っていないような服装などの、事前の準備の金銭的負担が重いこと」、「船内が退屈であること」といった印象を持っていることは、素直な感想であろう。その印象が変わることを、変わった本人たちが示したことで、説得力のある絵コンテの内容になったと思う。

B班「プレ留学__楽しく安全に留学体験」

クルーズ客船の旅と言えば、これまでウェブやテレビ、雑誌、パンフレットのどれを見てても部屋やプール、劇場などの設備や飲食物の紹介が中心であった。これまでの客層には、それらが心に響く内容だったのだろう。しかし、大学生には「大学生に響く」クルーズ船の旅の仕方があり、B

班はそれを「海外体験」という言葉で表現してくれた。クルーズ船ならではの安全性が、保護者にとっても大学生が参加するための、安心材料になることもしっかり押さえられていた。これまでにない価値を示す動画広告として、実現可能性が高いと感じられた。

C班「クルーズ船の「日常」

社会人にとっても大学生にとっても、一度クルーズ船に乗ってしまえば、これまでの「日常」が「非日常」と言えるほどの日々の過ごし方が船内のできることをPRする内容であった。クルーズ船では、「船内では世界各国の料理を様々な形態のレストラン・カフェで食べられること」、「カジノや観劇など、これまでにない体験ができること」、「朝起きたら寄港地観光や船内のイベントに参加できること」など、自分たちが素直にお勧めできるポイントを押さえて絵コンテを作ってくれたため、プレゼンの内容も大変聞きやすかった。

D班「MSCクルーズの実態」

クルーズ船内の魅力の紹介を中心とした絵コンテであった。特に、最初に、クルーズ客船の大きさに着目して絵コンテを作ることで、「巨大な船内にどんな施設やサービスが詰まっているのか」とプレゼンを聞いていて期待させる効果があったと思う。そして、大学生自らが楽しんだと思えるカジノや食事、プール（ウォータースライダー）の紹介を次々にすることで、楽しみ方の具体的なイメージを与える効果のある内容だった。また、オールインクルーシブということで、基本料金でも、これだけ楽しめるということを紹介してくれたことで、動画広告を見る人にとって、さらに魅力的に映る内容だと思う。

E班「クルーズ未体験の大学生に向けたクルーズ旅行～非日常体験を通してから～」

大学生が友人同士でクルーズ客船の旅に参加するという、広告のターゲット層を意識したストーリー性のある絵コンテを紹介してくれた。巨大な船体を港で発見する場面からスタートさせることで、プレゼンを聞いている側も、ワクワク感を共有できた。また、クルーズ船ならではのカジノやプール（ウォータースライダー）、食事、フォーマルナイトの各場面での自分たちの感想を踏まえて、魅力を伝えてくれたことで、大学生目線で何がどう楽しいのかが伝わる動画広告になる絵コンテだと感じられた。

05 コメント3 橋本浩幸(兵庫県立大学)

5.1 全体コメント

お互いに面識のない学生がチームメンバーとなって取り組むワークであったので、役割分担含めてコミュニケーションが難しかった面もあると想像されるが、課題の意図にそつ

た魅力あるアイデアが出そろった。デジタルネイティブとされるZ世代らしく、情報発信の手段も適切に考えていることも特徴的である。実用的かつ大学生らしい新鮮なアイデアは、クルーズの魅力を再考する機会ともなる内容であった。

5.2 班別コメント

A班「大学生がクルーズ船に乗ってみた」

クルーズのネガティブ面が先入観や偏見による間違いであることを示しながら、クルーズのポジティブな面を強調していく方法でクルーズ船の魅力伝えるイメージ払拭型のオーソドックスなアプローチであり、実際の広告に取り入れやすいと感じた。

B班「プレ留学_楽しく安全に留学体験」

ターゲットを具体的に明確に絞っている。作成者の意図が情報発信の各場面に現れるように、ディレクションがしっかりと行われている。アカデミーに参加する学生の親御さんに見てもらうにも適した内容であろう。

C班「クルーズ船の「日常」

クルーズ旅行の本質的魅力を強調している。ひとたび乗船すれば大きいスーツケースと沢山の荷物は部屋に置きっぱなしで良いという説明は、クルーズ旅行のユニバーサル性を感じさせてくれるので、意図したターゲット以外の人々にも訴求力があろう。

D班「MSCクルーズの実態」

乗船した大学生の視点からという想定で、船内サービスとアクティビティの多くが無料(料金に含まれているもの)である事実とフォーマルウェアで遊ぶなどの非日常世界を紹介し、大学生でも十分刺激的に楽しめる魅力があると訴える、コスパや経験値に敏感な若い世代に訴求力のある内容だろう。

E班「クルーズ未体験の大学生に向けたクルーズ旅行～非日常体験を通してから～」

友人同士の大学生の旅の設定で、料金的にも内容的にも、大学生の旅の選択肢に入ることを強調するわかりやすい内容かつ、靴を何足も持参する普通じゃない旅であることをオチとし、現実感とわくわく感で学生にウケるプレゼンだろう。

06 まとめにかえて

学生は、何かを成功させるにはアイデアそのものだけでなく、各自が周到な準備をすること、チームがひとつになることの大切さを、このワークから学んだと思われる。この学びは、いずれ社会という大海原を航海する学生諸君の糧となることを大いに期待したい。