

佐賀市 経済部 経済政策課 御中

実務WS② 企画提案書

チーム FOR YEARS (Bチーム)

目次

- ❖ チームメンバー紹介
- ❖ 与件の整理（市の考える課題と、提案依頼の内容）
- ❖ 与件の整理（クロスSWOT分析）
- ❖ CLSの主な訴求ポイント・ご提案のコンセプト
- ❖ メインターゲットの設定・設定理由
- ❖ ご提案内容（クリエイティブのフォーマット・プロモーション手法）
- ❖ ご提案内容の詳細（内容・構成・ストーリー等）
- ❖ 今後に繋がる追加ご提案（メイン提案以外のアイデア）

与件の整理（市の考える課題と、提案依頼の内容）

“価値”
訴求

若者と
企業の
つながり

地元企業の
理解・支援

社会人の
参加
ハードル

企業と若者の双方に効果的な広報戦略

ターゲット



- ・若手社会人
- ・地元企業経営層

コンテンツ



「若手社会人が心から参加したいと感じる」
&
「経営層が従業員を積極的に送り出したいと考える」

新たな発見



参加者の皆様の視点による
・魅力や可能性
・解決すべき課題

など

与件の整理 (クロスSWOT分析)

外部環境

内部環境

強み

- 地元愛が育める・参加者の満足度が高い
- 多くの著名人が話にきてくれる（県内外問わず）
- 場所や日程が一定・無料で参加できる
- 佐賀市が運営しているというバックアップ
- 種類の多さ
- 段階的な成長につながるプログラム構成
- 実務経験を積める・コミュニティができる

弱み

- 資金がない（予算がない）・申し込みが面倒
- 参加ハードルが高い（クリエイティブなことを求められそう・上長の理解が必要）
- 受講後のKPIが定まってない、不明確
- 新規参入の難しさ→参加層の固定化
- 広報ソールの各役割が明確化されていない
- メルマガ登録数に対SNSのフォロー減
- 各層への認知を把握できていない

機会

- 意欲がある学生・若者は一定数いる
- 佐賀は特に地域を良くしたいという思いのある企業がおおい
- 人材育成に悩む企業、先生は多い
- 佐賀でアントレが盛り上がっている
- 駅から近い
- 佐賀の歴史・産業に魅力がある
- 成長意欲のある若者が集まり、意欲をアウトプットする環境が作られている

強み × 機会（SO戦略）

- 行政 × 意欲のある若者 × 佐賀を良くしたい企業は多い → 大学の先生や企業の社長に一人ずつあたっていく
- 意欲ある若者 × 実践できる環境 × 佐賀市 → 会社や学校で出来ない経験が出来る

弱み × 機会（WO戦略）

- 申し込みのめんどくささ × 学び × 意欲がある学生 → 参入量が増える
- SNSごとの役割分け
- 意欲のある学生・若者 × 上長からの決着がないと参加できない

脅威

- 学生の減少
- 時間帯が終業後や学校終わりで疲れている
- ・娯楽と競合する → ターゲット絞られる
- ほかの学習教材の多様化
- 「クリエイティブ」という言葉に拒否反応がある人もいる
- 地元でないと参加しづらい（だれでも参加できるオンラインの講座もある）

強み × 脅威（ST戦略）

- クリエイティブという言葉への拒否感 × 佐賀市というネームバリュー → 誰が開催している（やっている）のが分かる安心感
- 全ての娯楽と競合 × 無料 × コミュニティ × 成長につながる × 実務 → 娯楽にはメソットの掛け算で対応

弱み × 脅威（WT戦略）

- 娯楽 × 差別化ができていない → 来る理由にない
- 佐賀市からずれてしまう

メインターゲット設定と設定理由

メインターゲット

社長（経営層）

- ・従業員数30人程度の会社を経営
- ・年齢は40～50歳

サブターゲット

なし

=

ターゲットに設定した理由

CREATIVE LINK SAGAの開催時間が定時外であるため、上長の理解がなければ若手社員は参加することはできない。



社長の理解を得ることができれば、若手社員の参加ハードルを下げるができるため

経営層と参加者（若手社員）との距離感が近い規模の会社をターゲットとして設定することで、

- ①経営層は参加者（若手社員）の成長をイメージしやすい
- ②参加者（若手社員）は得た学びを自社に反映しやすい

CLSの主な訴求ポイント・ご提案のコンセプト

CLSの特徴・良さを簡潔に言うと・・・

「意欲ある若者×実践できる環境」を
佐賀市が提供していること

CLSで受講すると／受講させると、どんなメリットがあるか

(若手社員)

自分事として事業を考えることができる

自分の意見を持つことができ、それを行動に移すことで会社でのパフォーマンスが上がる

(経営層)

教育を任せられる(社内研修ではカバーできない部分の経験を積むことができる)

社外との接点を持てる。会社の次の事業につながる縁ができる可能性がある。

CLSを体現する
キャッチコピー

挑戦は、自分ごと

・自分のこと(主体性)

・自分丸ごと

ご提案内容（フォーマット・プロモーション手法）

ターゲットへ訴求するためのフォーマット

社長に向けた参加するメリットに加えて
佐賀市がこの事業を行っている理由や
受講生の声を書かれた説明資料（パワーポイント・動画）を作成

プロモーション手法

佐賀市内の会社に直接アポイントメントをとり、
1社1社説明して回る

ご提案内容の詳細（クリエイティブ内容・構成・ストーリー等）

ゴール：CLSの想いに共感し、若手社員の成長をイメージできる

資料構成	フォーマット	経営者が考えていること
①参加メリット ・参加者（若手社員）と会社のメリットを提示 ※スライド7枚目参照	パワーポイント資料	良さそうじゃ～ん、うちの社員も成長できるかな？（現状の社員のことを思い浮かべながら）
②根拠 ・なぜ、そのメリットに繋がるのか ・受講者の声（属性、参加理由） ・佐賀市が主体となって進めているという強み	パワーポイント資料	段階的なプログラムになっているところが、他の講座と違うかも！ うちの社員を預けても良さそうだな～ 佐賀市のバックアップがあるから安心だな！
③プログラムの内容 ・スケジュール ・講座内容	パワーポイント資料	仕事終わりに、参加させられるなあ。 スケジュール調整を検討しよう。
④未来展望 ・ただ参加して終わりではないよ ・CLS自体のビジョン ・参加者の未来	動画	共感した！ 参加させたい！（成長した社員のことを思い浮かべる）

ご提案内容の詳細（クリエイティブ内容・構成・ストーリー等）

ゴール：CLSの想いに共感し、若手社員の成長をイメージできる

④未来展望についての詳細

動画の内容

- ・ イベントの様子
 - 若手社員にイメージを伝えやすい
- ・ 参加者、参加者の関係者（会社の上司or同僚）、佐賀市の三者対談
 - 関係者から見た参加者の成長を伝えることで説得力が増す



関係者（会社側）が出演することで、
会社としても採用につながるアピールポイントになる

今後に繋がる追加ご提案（メイン提案以外のアイデア）

社長が若手社員に対して、説明するための資料

チラシ、ポスター

- ・ 事業の目的、内容、日程、参加フォームを記載

Podcast、noteでの発信

- ・ 動画を音声や文字にして、多方面での認知獲得

ご清聴ありがとうございました！