

学生目線が唯一の武器になる！

# 大学生ワークシェアで 企業コンサルティング

- 令和7年度 大学生等によるワークシェアの社会実装支援事業 実施報告書 -



## 参加大学

青山学院大学・静岡県立大学・専修大学・常葉大学（順不同・敬称略）

## 参加企業

株式会社キャリアドライブ・新橋製紙株式会社・株式会社石井組・株式会社アーバングート・有限会社土橋電気・社会福祉法人誠信会・合同会社 P.P.CORPORATION（順不同・敬称略）

## 事業概要

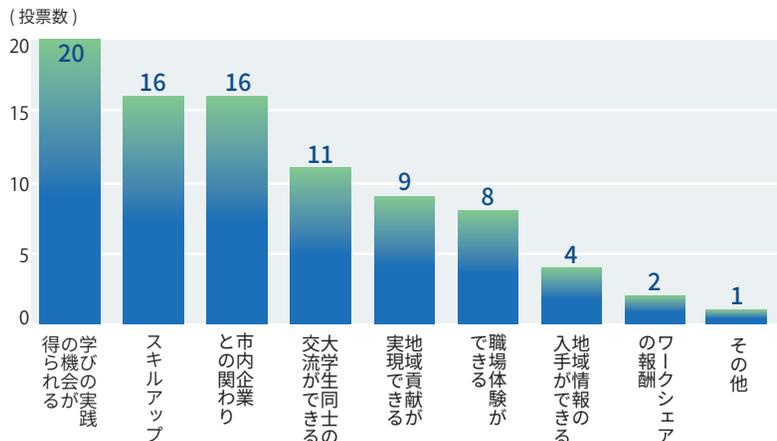
大学がない富士市では、18～22の若者が大学進学を機に市外へ転出してしまい、大学生が在学中に市内で活動したり、市内企業との接点を持ったりする機会が少なくなっています。

そこで、関係人口として本市に関わる大学生の増加を図り、将来的な移住定住を促進する試みとして、令和5年度から、大学生チームが市内企業の課題解決に取り組む「**大学生ワークシェアで企業コンサルティング**」を実施しています。

本年度は大学4校から大学生29人と、市内企業7社が参加。市内コワーキングスペースで一堂に会する合宿プログラムを皮切りに、成果発表会までの約3ヶ月間にわたる活動によって「学生×企業」の相乗効果が生まれました。この取り組みを通じて、「**学生と企業が協働するまち、富士市**」の実現を目指しています。

# 参加アンケート結果

## 【学生】 Q 本事業に参加して良かったと思うことは何ですか？（複数選択可）



### ワークシェアに取り組んだ感想

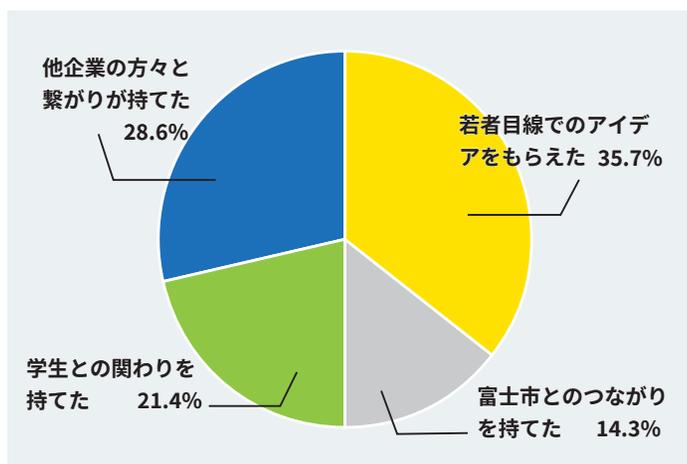
- ・ワークシェアならではの成果が出せた (14 票)
- ・企業からの仕事を任せられ責任を感じた (13 票)
- ・チームで取り組めたので簡単だった (1 票)
- ・ワークシェアは自分には合わなかった (1 票)

多くの学生が「学びを实践する機会が得られた」と回答しており、実際の課題に取り組む中で**学んだことを活かす**姿が見受けられた。

参加学生の感想からは、「ワークシェアならではの成果が出せた」「企業から仕事を任せられ責任を感じた」といった回答が多く、実践的な経験を通じて**達成感**や**責任感**を得た学生が多かったことがうかがえる。

これらの結果から、自身の学びやスキルを高めようと主体的に取り組む姿勢が多く見られ、高い**成長意欲**が見て取れる結果となった。

## 【企業】 Q 本事業に参加して良かったと思うことは何ですか？（単一選択）



今回のアンケートでは、「若者目線でのアイデアをもらえた」と回答した企業が最も多い結果となった。学生との関わりを通じて**新しい発想**や**柔軟な視点に触れる**機会が生まれ、企業側にとっても大きな刺激となったことがうかがえる。

また、「他企業の方々と繋がりが持てた」「学生との関わりを持てた」といった回答も多く、地域や世代を超えた交流が生まれることで、**今後の連携や新たな展開への可能性**が広がっていることが感じられる。

### 参加企業の声

- ・今回参加することで新たな視点で事業を検討する機会となり大変良い機会となりました。
- ・学生との会議のあり方や学生の AI を活用した資料作りなどとても参考になる事柄も多く勉強になりました。
- ・学生ならではのアイデアを取り入れ、イベントを開催することができました。

### お問い合わせ

富士市  
総務部 シティプロモーション課  
移住定住推進室

〒417-8601  
静岡県富士市永田町 1 丁目 100 番地  
TEL 0545-55-2930  
FAX 0545-51-1456  
MAIL kurasu@div.city.fuji.shizuoka.jp

事業受託者  
株式会社 JOINX  
〒417-0033  
静岡県富士市島田町  
1 丁目 50 番地

# 合同会社 P.P.CORPORATION

<企業紹介> 障がい児支援や放課後等デイサービスを運営。地域と子どもをつなぎ、互いを理解し合える社会の実現を目指している

<背景> 健常者と障がい者との間に壁があり、地域との関わりや施設の認知度が十分に高まっていない

## <課題>

主催する夏休みに、地域の人が参加することで、施設の理解を深めてもらい、地域と施設利用者の交流を増加させたい

## <学生の取り組み>

夏祭り的一部企画やチラシ作成、SNS告知などを通じて地域に施設の存在を広め、施設利用者と地域の方が直接触れ合える企画を考案



## 取り組みの成果

### 01 SNSの告知、チラシの作成

- ・学生スタッフのインスタグラムにてお祭りの告知
- ・P.P.CORPORATION 公式インスタグラムにて告知

### 02 夏祭りのスタッフとして運営

- ・かき氷、巨大だるま落とし、メッセージボード、パンフレットを用意
- ・メッセージボードには42枚の付箋が寄せられ、地域からの関心を確認できた



## まとめ

### 来場者数の増加

- ・PP系列の方：68人
- ・地域の方：40人 ※目標人数30人を達成し、+10人

夏祭りを通じて施設の認知度が一定層に広がり、**地域の方と子どもたちの交流が実現した。**

一方、年配層への認知や参加は限定的だったため、**今後も継続して関わりを築く方法を検討**

## 合宿の様子

5月に2泊3日で合宿プログラムを実施しました。企業ごとチームに分かれ、企業訪問や企業課題の解決に向けたグループワークを行ったほか、3ヶ月間共に活動する仲間や企業の方との交流を深めました。

### 5/23 Fri

企業訪問では、普段見ることのできない企業の裏側に興味津々。  
交流会で緊張も解れました



### 5/24 Sat

事業計画の書き方等の講座を受けたあと、グループワークを通じて企業課題への理解を深めました！



### 5/25 Sun

グループワークを重ね、課題解決に向けてワークシェアで実施することを取りまとめ発表しました



## ワークシェア（チーム活動）

### 3ヶ月間

オンラインでミーティングを重ね、成果物の作成やイベントの企画運営を行いました



## 成果発表

### 9/8 Mon

関係者や見学者など多くの方々に見守られながら、3ヶ月間の成果を発表しました



# 株式会社キャリアドライブ

<企業紹介> 富士自動車学校 (FDS) の運営、キャリアコンサルタント養成講座事業など

<背景> 2026年に創業60周年を迎えるにあたり、地域を盛り上げるため、「プロレス大会」を開催する

## <課題>

大会運営に必要な協賛企業の獲得と、北里アリーナで1000人を集客するために、効果的なPRと企業へのアプローチをしてほしい

## <学生の取り組み>

プロレス大会の認知度向上と協賛企業獲得につながる企画や資料を考案・制作



## 取り組みの成果

- 01 町田大会を視察し、富士大会の成功イメージを具体化
- 02 企業ごとに合わせたリターンを明確に提示する**提案資料を作成**
- 03 11月に開催するキャリアドライブ主催のイベント「**大感車祭**」で実施する、大会出場レスラーによる「**悩み成敗企画**」を提案。優勝者を2月の富士大会に招待
- 04 「大感車祭」で配布する**招待券・割引券をデザイン**。価格面でのハードルを下げ、来場を迷う層への後押しにつなげる



## まとめ

協賛企業への働きかけと観客へのアプローチを具体的に進められたことで、富士市の恒例行事化に向けた第一歩を踏み出すことができた

# 新橋製紙株式会社

<企業紹介> トイレットペーパーやタオルを中心に日用雑貨や福祉用具を製造、販売している

<背景> 製紙業界は古いイメージやネガティブな印象が根強く残っている

## <課題>

古紙回収やリサイクルを題材として、これからの家庭紙メーカーのあり方を形にしたい

## <学生の取り組み>

家庭紙という古い産業が、今後も社会的意義を求められ続けるための、若者視点の10の提言をまとめる



## 取り組みの成果

- 01 古紙回収をテーマにアンケートを実施
- 02 アンケート結果を分析し、**10の提言を提言(一部抜粋)**

- ① **古紙回収促進クイズ付きトイレットペーパー**  
日常的に使用する紙製品にクイズや豆知識を印刷し、楽しみながら古紙回収への関心を高める
- ② **古紙回収ボックスの設置**  
学校やスーパーに設置することで学生や地域住民のリサイクル意識向上につなげる
- ③ **お焚き上げ製紙イベント**  
古紙回収と再生紙利用の重要性を学びつつ、神社監修のもと不要な紙を供養



## まとめ

紙資源の循環や再生紙利用の重要性を地域に伝えることができた。

今後は、より多くの生活圏に古紙回収の仕組みを広げ、紙の新しい価値や未来の製紙業界の魅力を具体的に示す提案につなげていく

## 株式会社石井組

**<企業紹介>** 創業120年。地域の安全で快適な暮らしを支える総合建設会社。人とまちの未来を創る建築に取り組んでいる

**<背景>** 建設業界は採用活動において、堅い・分りにくいという印象を持たれることが多く、魅力が伝わっていない状況がある

### <課題>

若年層に建設業の魅力を伝え、イメージアップにつなげる広報活動をしたい

### <学生の取り組み>

Instagramのプロフィール欄や投稿内容の改善案、見やすさや統一感を意識したアカウントデザインを提案



### 取り組みの成果

01 アンケートを実施し、就活生が知りたい情報を調査

02 アンケートをもとに Instagram を改善

- ①プロフィール欄を簡潔にまとめ、創業年数や事業内容を一目で伝えられるように改善
- ②投稿内容を整理し、仕事内容や社員インタビューを写真や動画で分かりやすく発信
- ③ピン止め機能やハイライトを活用し、学生が最も知りたい採用情報や福利厚生を見やすく配置

03 アンケート結果では、就活の際は、利用する媒体として Instagram よりホームページの割合が高かったことから、Instagram では会社の雰囲気や人柄を、詳細情報は採用ページに誘導する流れを設計した



### まとめ

Instagram については学生からの提案を受け、ハッシュタグなどを多く付けるように対応。採用ページについては、学生の意見を一部踏まえ、12月中に更改を予定。これにより、会社の魅力をより具体的かつ効果的に発信できる見通しとなった。

## 株式会社アーバンゲート

**<企業紹介>** 葬祭儀式の運営、遺体搬送、葬儀スタッフ派遣、他県での葬儀紹介等、葬祭事業や納骨事業、不動産業を手がける

**<背景>** 現在、JR 富士駅近くの好立地を活かし、新たに自然と共生する樹木葬霊園の計画を進めている

### <課題>

従来の墓には「暗い」「負担が大きい」といったイメージが根強く残っており、維持や管理に対する心理的・金銭的な負担が課題となっている

### <学生の取り組み>

樹木葬霊園に新しい価値を付与するため、イベント「音礼祭おんれいさい～音で伝えるありがとう～」を提案



### 取り組みの成果

01 霊園の新しい価値を地域に発信する「音礼祭」を提案  
イベントの集客と霊園の価値を訴求するチラシを作成

02 「音礼祭」を来春に開催予定

- ・吹奏楽部や交響楽団の演奏で、幅広い世代を引き込み、霊園に親しみやすさを与える
- ・ワークショップを開催し、イベントを楽しみながら終活や樹木葬に触れられる機会を作る
- ・「安らぎ」「家族の絆」「地域とのつながり」を象徴する存在へとブランドイメージを昇華させた



### まとめ

学生らしい目線の独自イベント開催を通じて、新しい霊園の姿を地域社会に示すことを提案。恒例行事としての定着も期待でき、今後のブランド価値向上や顧客基盤の拡大に対して期待が持てるようになった

# 有限会社土橋電気

< 企業紹介 > 電気配線や制御盤設計を手がける技術企業。ロボット教育を通じて制御技術の魅力発信にも力を注ぐ

## < 課題 >

制御技術について、技術者不足や人材育成の観点からも広く知ってもらいたい

## < 学生の取り組み >

ホームページの改良やチラシ制作、Instagramのリール動画投稿を行い、「キッズジョブ」に出展して来場者への体験と理解促進を図った。

< 背景 > 専門性が高く表に出にくい制御技術は、一般の人に理解されにくく認知度が低い



## 取り組みの成果

01

事前準備

- ・ホームページの情報を見直し
- ・キッズジョブ専用のチラシを制作
- ・Instagram でリール動画を投稿

02

「キッズジョブ」の会場スタッフとして活動

来場者にロボット制御体験後、アンケートを実施

- ・9割が「楽しかった」「非常に楽しかった」と回答
- ・9割が「理解が深まった」「非常に深まった」と回答

03

全体の効果

- ・制御技術の認知度を高めるという目標を達成
- ・多くの来場者の笑顔や感謝の言葉が寄せられた



## まとめ

制御技術の体験型紹介が実現し、イベントを通して多くの人に**技術の魅力**を伝えることができた。

技術の理解が深まり、企業としての**技術認知度が向上**し、広報活動や教育・人材育成の効果を確認できた

# 社会福祉法人 誠信会

< 企業紹介 > 子育て・障がい・介護・相談の福祉事業を展開。自然と福祉を融合した「にのまるキャンプ場」運営を開始

## < 課題 >

Instagram やキャンプ場予約サイト「なっぷ」での発信を改善し、施設の魅力や利用しやすさを分かりやすく伝えほしい

## < 学生の取り組み >

モニターキャンプやアンケート調査を通じて現状を把握し、場内マップやSNS、予約サイトの写真・説明文を改善する提案を作成

< 背景 > 「にのまるキャンプ場」を始めたばかりで、認知度が低い



## 取り組みの成果

01

キャンプ場予約サイト「なっぷ」の改善

- ・魅力や特徴が一目で分かる箇条書き構成に変更
- ・掲載写真を差し替え、キャンプ風景や富士山の眺望を追加

02

場内マップをデジタルイラスト化

03

Instagram の改善

- ・アイコンや説明文を統一感のあるものに変更
- ・写真や動画でキャンプ場の雰囲気や利用体験を伝える

04

利用者参加型の仕組みとして、アンケートフォームを設置



## まとめ

改善後、**予約サイトやSNSでの反応、新規予約が増加**。利用者からは「自然の中で子どもがのびのび活動できた」「星空や富士山が美しかった」と好意的な声が多かった