

タイトル

専門学校の紹介動画事例3つと制作のポイントについて

リード文

動画コンテンツを活用して学校の紹介やPRを行う方法は、文章や画像よりもインパクトを持たせたり、効率よく情報を届けられるため注目されています。

そこで、本記事では専門学校の紹介動画について3つの事例をご紹介します。さらに、制作のポイントについても取り上げます。

「専門学校の紹介動画にはどんなものがあるのか?」「制作にはどんなことに注目したら良いのか?」などを知りたい学校関係者様向けに、参考になれば幸いです。

##専門学校の紹介動画3つの事例について

専門学校の紹介動画はどのような内容で制作されているのか。3つの事例についてご紹介します。

###事例①: 生徒や講師のインタビュー

専門学校に通う生徒のインタビューシーンがあると、実際に学校で学んでいる人の声として説得力のある映像になります。

例えば、通っている学校を選んだ理由などを生徒が映像で語っていると、入学を検討している人にとっても進路を選択するときの参考になるでしょう。

さらに、駅から近いなど学校の特徴を伝える場合は、ホームページなどに掲載しているときと比べて、印象に残りやすくなります。

通っている生徒自身がインタビューに答えている映像は、視聴している側に専門学校の魅力を伝えられる方法の1つです。

また、講師が持つ資格やキャリアなどを専門学校としてアピールしたい場合は、生徒だけでなく講師のインタビュー動画にする手法もあります。

名前がその業界で知られている講師であれば、語っている動画を紹介映像にしておくことで、入学前から授業を受けてみたい人にPRが可能です。

学校に所属している講師がインタビューに答える映像は、講師自身の持ち味などを伝えられるだけでなく、授業を受ける前から学生が雰囲気味わえる利点もあります。

映像に出演している講師の魅力が伝われば、他にどんな講師が学校に所属しているのか興味を持ってもらえますので、結果的に専門学校全体のアピールになります。

###事例②: 授業や実習風景

学校で行われている授業や実習風景が映像になっていると、入学前からその様子を知ることができるため、効果的な学校紹介になります。

特に、専門学校の場合はプロフェッショナルを目指した教育や、特殊技能の習得など一般の学校では行われない授業が多くなっています。

そのため、専門学校に興味を持って入学を検討している人にとって、授業や実習がどのような様子で行われているかは、知りたい内容の1つと言えます。

例えば、美容系の学校で実際にメイクを勉強している風景などを視聴すれば、入学後に授業を受けている自分自身の様子を想像することができますでしょう。

あるいは、農業系の学校で屋外の実習はどのようなものか知りたければ、体験入学などをしないと分かりにくい場合があります。

そこで、映像で屋外実習の風景を視聴できれば、写真や文章による説明よりも実習の特徴を具体的に知ることができます。

また、近年ではマイクロドローンを使って授業や実習の様子を撮影する方法も活用されるようになってきました。

ビデオカメラや一眼レフカメラなどで撮影された動画にはない特殊なアングルや、流れるようなシーンの連続などで、印象に残る紹介動画にすることもできます。

###事例③: 実用的なスキルの紹介

専門学校に通って学べる技術を動画で紹介する形式にすると、視聴者にとって実用的なコンテンツになります。

例えば、調理師やシェフなどを目指せる学校であれば、魚のさばき方やパンの焼き方など料理に関するスキルを動画を使って紹介する方法があります。

また、ネイルのコツやペットのトリミング例など楽しめるような映像作品にすれば、専門学校で扱っている分野について興味を持つ人も出てきます。

映像を楽しむだけでなく、入学を検討している人にとっては専門学校でどのように、どんな技術を学べるのか動画コンテンツで知ることができます。

このように、実用的なスキルの紹介動画であっても、学校に通って得られる技術を具体的にイメージして、卒業後どのようにスキルを活かしていくか考えるきっかけになります。

ただし、技術の紹介だけでは授業の様子や校内の雰囲気などは伝わらないため、映像全体の構成について検討が必要です。

紹介動画の一部にスキル映像を挟むとリズムが生まれて効果を得られそうならば、取り入れるのも良いでしょう。

他には、複数の動画コンテンツに分けてホームページに掲載したり、SNSに露出したり活用手段を工夫する場合があります。

##専門学校の紹介動画を制作するポイント3つについて

次に、専門学校の紹介動画を制作するときに注目しておきたいポイントについて、リアリティ、ターゲット、アピールの3つをご紹介します。

###ポイント①:リアリティを出す

動画を視聴した人が具体的にイメージできるように、紹介動画でリアリティを出すのは大切なポイントです。

動画で紹介されている授業や実習は、視聴者自身が体験したり行ったりしたことではありません。

それでもバーチャルな体験ができるような要素があれば、リアリティが出て入学後の様子を想像しやすくなります。

具体的にイメージすることができれば、紹介動画を視聴して問い合わせなどのアクションにもつながるでしょう。

例えば、そのリアリティを出すためには、前述したインタビュー形式にするのも1つの方法です。

学校に通っている実際の生徒が語る映像は現実味が感じられて、視聴者が自分の姿を投影しやすくなります。

セリフを無理に決めてしまうと「言わされている感」が出てしまいますので、インタビュー形式にする場合は、できるだけ学生の言葉で伝えてもらうようにします。

また、専門学校に入学を検討している人にとって就職先や就職率などは気になる内容です。

就職先に多くの人を知っているような企業があったり、他校と比較して高い就職率など、専門学校の特徴を紹介動画に取り入れられるか検討します。

さらに、文字情報だけでなくアニメーションやイラストなどの視覚効果も活用すれば、分かりやすく印象に残りますので、卒業後の進路について具体的に考えることができます。

このように、在学中や卒業後の様子をイメージできるようなリアリティを出すのは、ポイントの1つです。

###ポイント②:ターゲットの設定

専門学校の紹介動画を誰に視聴してもらいたいのか。ターゲットを設定しておくのも重要なポイントです。

特に専門学校は進路を学生が検討する場合も多く、保護者向けよりも学生向けのコンテンツにすると効果的です。

その点では、パンフレットなどの文章や写真による方法より、動画コンテンツで紹介したほうが伝わりやすくなるでしょう。

さらに、芸術やスポーツなど特化分野がある専門学校でしたら、学生という広い範囲のターゲットよりも、それぞれの分野を目指している学生に設定を絞ることも検討します。

例えば、アート系の専門学校でしたら映像をアーティスティックなイメージにしたり、インパクトのある個性的な構成にすると、ターゲットとして設定した学生に受け入れられやすい紹介動画になります。

あるいは、アニメやイラスト関係の学校であればポップな印象にしたり、アニメーションを多く取り入れると、入学を検討している学生が興味を持ちやすいテイストになります。

スポーツ系の学校の場合は練習や試合中の映像を使用したり、優勝の瞬間をイメージできるような構成にするのも手段の1つです。

また、CGを活用したり、360度動画を取り入れたり、映像の特殊効果を使えばターゲットが目を引くような紹介動画にすることもできます。

ターゲットを具体的に絞って適切に設定することで、それに合わせた紹介動画制作が可能になりますので、訴求効果も期待できます。

####ポイント③: アピールポイントの設定

ターゲットに向けてどのような点をアピールしたいのか。専門学校のアピールポイントを設定するのも大切です。

その際には、自校の「強み」だけでなく「弱み」に関しても目を向けて検討することが必要です。

なぜなら、入学を考えている学生が他校と比較するのは、強みの部分だけとは限らないからです。

例えば、有名な駅から近いキャンパスが特徴であれば、それを最初に動画で紹介する方法があります。

学生にとって人気の駅に近いことはメリットの1つですので、アピールポイントとして設定します。

それに対して、駅から遠いキャンパスであれば他校と比較すると弱みになる場合もあります。

しかし、駅から離れているため落ち着いた環境で学ぶことができるような場所であれば、その様子が分かる動画にします。

そのような環境を好む学生にとっては駅から離れていることがメリットになり、紹介動画を通して入学に興味を持つ可能性があります。

さらに、校風もアピールポイントになります。アットホームな校風が特徴であれば、それを紹介動画に取り入れると良いでしょう。

学生や先生がインタビュアーになって校内を紹介しながら楽しさが伝わるような内容にするなど、アピールしたい校風が分かる構成で制作します。

このように、学生が他校ではなく自校を選ぶ理由がどこにあるのかという視点から、アピールポイントを設定すると、効果的な紹介動画になります。

##専門学校の紹介動画構成を検討する最適な方法は制作会社に依頼すること

以上、専門学校の紹介動画事例と制作する際のポイントについてご紹介しました。

事例に取り上げたような内容を踏まえて紹介動画を制作する際に、動画全体の構成を考える必要がありますが、オープニングに何を持ってくるのかは特に検討しなければなりません。

紹介動画が最後まで視聴されるとは限らないため、インパクトのあるオープニングにしたり、アピールポイントを最初に盛り込んだりして動画コンテンツの視聴を早い段階でやめてしまわないように工夫をします。

さらに、文字などのテロップもアニメーションを加えてポップアップ表示させると、遊び心のある演出となります。

そのような演出がターゲットになる学生や校風に合うのであれば、効果的なテイストになるでしょう。

そして、前述したドローン映像などを活用して、次にどんなシーンが続くのか期待させるような全体構成にすることもあります。

こういった学校紹介動画の構成を具体的にはどのようにすれば良いのか。専門の制作会社に依頼すればスムーズに検討することができます。

弊社ファーストーンでは最新の機材や機器を導入し、学校関連の制作実績も豊富です。

さらに、ドローン撮影や360度のバーチャル空間制作、Web・紙媒体の制作も承っておりますので下記事例紹介などを参考に、ぜひご検討ください。

[事例紹介 一覧 | 映像制作 東京 大阪 | 株式会社ファーストーン \(first-tone.net\)](https://first-tone.net/)

<メタディスクリプション>

専門学校の紹介動画にはどんな事例があるのか。知りたい学校関係者様向けに、3つの事例と制作のポイントについてご紹介します。学校の紹介やPRで動画コンテンツを検討する際の参考にしてください。