

カンボジアスタディツアー A班 成果報告 (2/9)

幸島・小早川・長濱・坂東・樋口

課題について

課題

- CIFTOの活動を継続のためにスタディーツアーを誘致しても、「宿泊場所やコーディネートをやる人がいない」という根本的な問題がある
- 宿泊場所を新たに作ることや、コーディネートする人を雇う場合、資金が必要となる

Q.オーチュン村の根本の課題を見出し、村の課題解決のために外部の人間（日本人の学生）ができることは何か、提案する

【結論】スタディツアーの参加者や村のファンを増やすための動画作成を行う

目的

- 今年度のスタディツアー開催にあたって、ツアーの具体的な内容が分からなかった人がいた ➡ 大学生に動画を観てもらい参加を促す。
 - 私たち自身、スタディツアー参加前の想像と実際に現地で過ごす生活に大きなギャップを感じたため、動画で視聴者に伝える。
- 自分たちがスタディツアーを通して、「行ってよかった」と感じたからこそ、情報が不十分という理由で断念してほしくないと考えた。

【結論】スタディツアーの参加者や村のファンを増やすための動画作成を行う

動画の対象

- ・スタディツアーに参加を希望する上で、現地の様子や生活が分からず参加を躊躇っている人。
- ・参加した学生目線での動画となっているため、大学生を対象とする。

ポイント

- ①参加者が、実際に過ごしたカンボジアでの一週間を記録したもの
→リアルな村の様子や現地での食事や宿について知ることができる動画に！
- ②単にきれいな動画ではなく、見て感じたそのままを表現することにこだわって作成したため、参加にあたっての参考になることを期待している。

今回のスタディツアーの参加を見送った学生の声



【2年 Y.Hさん】

村での生活の様子など情報が少なかったし、どのようなことを学べるか分からなかったため断念したが、カンボジアの歴史を学んだり子どもたちと遊んでるのを見て参加するべきだったと感じた。

実際にこのような感想をいただきました！！

情報が少なくどのような活動をするか分からなかったり、活動のイメージが湧かなかったため断念したがとても楽しそうに参加すればよかったと感じた。



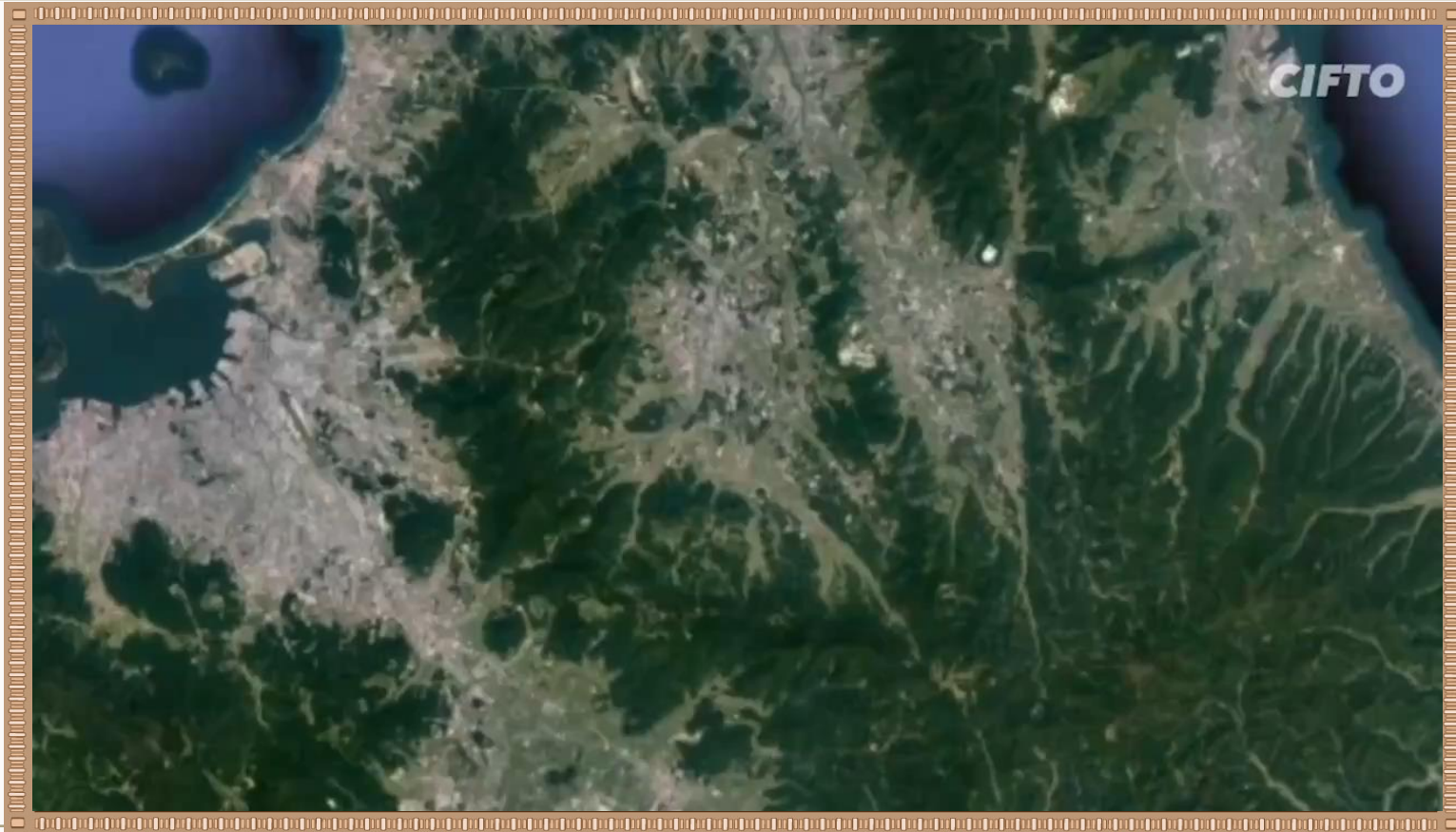
【2年 R.Iさん】

【動画の効果】

- ・メラビアンの法則では、人間はコミュニケーションをする際に
視覚情報55%、聴覚情報38%、言語情報7%の影響を受けていると証明されている。
[メラビアンの法則とは 具体例や「第一印象が大切」という誤解について解説 | ツギノジダイ \(asahi.com\)](#)
- ・今回作成したスタディツアーの動画は、現地での私たちの生活を詰め込んだため、
「実際のイメージ」を伝えられる
→購買意欲の向上につながる
写真と文章だけでは表せない「リアルさ」を表現・提供できる
[多くの人をひきつける！動画広告4つのメリット+3つの課題 - 企業動画なら映像制作コンビニ 倶楽部 \(cyring.co.jp\)](#)

本動画を公開することでスタディツアーやCIFTOの魅力発信や宣伝に繋がるのではないか

【最終報告】 動画の発表



2/8/2024

【結論】

スタディツアーの参加者や村のファンを増やすため
様々な場において学生目線で作成した動画を掲載することで
学生にスタディツアーに興味を持ってもらい
スタディツアーの参加者を増やしたり
CIFTOのコーディネーターに興味がある人の募集に繋がる！

振り返り

●反省点

- 現地に行くまでの期間の準備が足りなかった。
- 現地で行うことを明確に定めていなかった。

●良かった点

- 慣れない地であったが、臨機応変に対応できた。
- 班員全員が現地での体験を落とし込み、代替案を発案できた。



ご清聴ありがとうございました！

2/8/2024