



モンテディオ山形

10ヶ月300時間! 40人の学生と築いた世代のはしご「U-23マーケティング部」の奇跡 1/2

地方都市における若者の流出という課題と若い世代の人材教育を目的に、23歳以下のマーケティング集団『U-23マーケティング部』を設立した。県内外から高校生・大学生総勢40名が集まり、全41回300時間のプログラムを実施。若い人たちが本気になる場所をつくるだけではなく、クラブやスポンサー企業、自治体に属する大人たちが若い世代と一緒に本気でやることで世代をこえたコミュニケーション機会を創出した。最終課題となったプロデュースデーでは学生主導で試合の企画運営を実行し、多くのドラマと感動を生んだ。



活動場所 NDソフトスタジアム山形、やまがたクリエイティブシティセンターQ1、ほえみの宿 滝の湯



協働者

行政、企業、飲食店、選手

協働者名

山形県庁、秋田県庁、天童市、米沢市、山形市、株式会社JTB、橋本生花株式会社、株式会社デスティー、株式会社でん六、株式会社オースタンス、株式会社丸山製麺、株式会社チケットティブス、アウモ株式会社、株式会社ドワンゴ、株式会社インザーギ、株式会社東根農産センター、株式会社ダイユー、乃し梅本舗 佐藤屋、1年2組桜坂、株式会社アールテック、株式会社太平洋堂不動産、富士フィルムBI山形株式会社、渋谷建設株式会社、日本地下水開発株式会社、クレッセント、株式会社桐井電気工業、株式会社マイスター、La Vita(山形徳洲会病院)



協働者の声

山形県庁 山形「つや姫」雪若丸」ブランド化戦略推進本部/朝倉 駿成 氏



U-23マーケティング部のメンバーが県庁を訪れ、「スポーツと山形県が誇るお米で山形県を盛り上げたい!」という熱いメッセージに心を打たれました。対戦相手にちなんだイベントを実施したおかげで、山形県「つや姫/雪若丸」秋田県の「サキホコレ」のそれぞれの違いやおいしさを実感してもらえました。



活動詳細情報

- 1 [U-23公式サイト](#)
- 2 [スポーツ報知](#)
- 3 [MarkeZine](#)
- 4 [Tver](#)
- 5 [MARKETIMES](#)
- 6 [Sports for Social](#)



カテゴリ(SDGs)/取り組みテーマ





モンテディオ山形

10ヶ月300時間! 40人の学生と築いた世代のはしご「U-23マーケティング部」の奇跡 2/2

Story

昨年の「高校生マーケティング探求」を大幅に拡大した「U-23マーケティング部」。若い世代“と”本気になれる場所をつくることで、若い世代にとって魅力的な都市となり、人材循環を活性化させる狙いがある。

学生は県内外から40名が参加し、外部講師による講義、試合日の企画・運営、夏季合宿など、合計300時間に及ぶプログラムを遂行した。外部講師は、マーケティングの専門スキルに長けた人や起業家を招聘し、学生に刺激のあるインプットを与えた。毎週の活動では、コロナ禍で「人との関係が希薄化」されたこの世代ならではの課題である、主体性や協調性、忍耐力の欠如に対してアプローチができるプログラムや指導方針を定めた。



また、運営体制においては名目上はマーケティング部が管轄を担っていたが、全スタッフで支える意識のもと、営業、運営、ホームタウン、施設管理、すべての部署が学生たちをバックアップした。クラブ外からも手厚いサポートを受け、企業は講師や企画への協力、自治体は必要物品の提供や活動PRなど多方面で支援をしていただいた。

参加学生の最終試練となった「U-23プロデュースデー」では、企画、集客、運営を学生主導で行った。企画会議の場となった夏の合宿では、これまで培ってきた経験を活かしクラブにプレゼンテーションを行ったが、何度も跳ね返されその度に議論を重ねて方向性を導いた。学生が選んだテーマは「青春」。奇しくもコロナで失ってしまったそれを取り戻すというのが行き着いた答えだった。惜しくも目標には届かなかったが、活動を通してたくさんの成長を遂げた学生は笑顔と自信で満ち溢れていた。



活動時間300時間。協力団体27社。チャットツールでのメッセージ数は34,576通。メディア露出14媒体。

10月8日活動最終日。セレモニーでは多くの大人と学生が涙を流し、世代のはしごが完成した。そして、第2期の募集では昨年の2.5倍の応募があり、選ばれた学生と次の扉を開いた。