

2025(令和7)年12月5日

報道関係者 各位

松 山 大 学



× 松山大学 産学連携プロジェクト

MAIプロジェクト 学生が制作した動画をお披露目

12月12日(金)10時30分より 伊予鉄道松山市駅コンコース前にて

松山大学では、伊予鉄総合企画(株)と連携し、学生が主体的に取り組むプロジェクト活動を行っています。このたび産学連携プロジェクト(名称:「MAIプロジェクト」)として、伊予鉄道松山市駅コンコース内にある大型ビジョン(デジタルサイネージ)等を活用し、学生が自ら制作した動画を用いて情報発信や表現を学ぶ取り組みを行うこととなりました。



「M」「A」「I」に込めた2つの意味

Movie (動画)

Advertisement (広告)

Information (情報)

Matsuyama University

And

Iyotetsu

伊予鉄道松山市駅は、1日約3万人の乗降客数がある四国最大のターミナル駅です。大規模な公共空間を舞台として、動画を制作するというクリエイティブな取り組みはもちろんのこと、今後の展望として、マーケティング視点の考察や改善、視認状況の情報分析を行うことを目指しています。このたび、第一段階の活動成果として、学生が制作した動画のお披露目を松山市駅にて行います。ぜひ、ご取材ください。

開催概要

開 催 日 時 : 2025年12月12日(金) 10時30分~11時30分

開 催 場 所 : 伊予鉄道松山市駅コンコース前

主 な 内 容 : 1. 学生によるプロジェクト概要の説明 2. 大型ビジョンにて制作動画を上映
3. 質疑応答

※学生が制作した動画は2025年12月16日~2026年1月15日まで放映予定



放映する動画のサンプル

[このリリースについてのお問い合わせ]

松山大学社会連携課 TEL 089-926-8246



【別紙】 伊予鉄総合企画 × 松山大学の产学連携プロジェクト

「MAI プロジェクト」活動報告

伊予鉄総合企画(株)と松山大学による学生参加型プロジェクト(MAI プロジェクト)は、「動画制作」「広告戦略」「情報分析」をテーマにした取り組みです。

実践型プロジェクトを通じて、学生は自律的に活動し、企画立案・関係者との交渉・動画撮影や編集の技術を複合的に学びながら、実際の広告媒体へ出稿する動画コンテンツの制作を行いました。

1. プロジェクトの立ち上げと名称やテーマの決定 (2025 年 4 月～6 月上旬)

- 経緯: 伊予鉄総合企画(株)より、賑わいのある空間づくりの1つとして松山市駅コンコースに設置されている大型ビジョン(デジタルサイネージ)等を活用して、松山大学の学生と何らかの共同プロジェクトが実施できないだろうかという提案があり、プロジェクトへの参加を希望する学生を松山大学内にて募集することとした。
- プロジェクト開始: 5 月下旬に第 1 回ミーティングを開催し、次の点を軸として活動していくことにした。
 1. 学生が主体となって活動をしていくこと(特定の指導教員はいない)
 2. 公の場に情報発信が可能なデジタルサイネージに掲出する動画制作がメインであるが、「動画制作」「広告戦略」「情報分析」の 3 つを柱として取組をしていくこと
 3. 最後には結果の分析や考察など、報告書やプレゼンテーションにまとめること
- 名称決定: メンバーの発案により、プロジェクト名を「MAI プロジェクト」に決定。

由来: Movie (動画)、Advertisement (広告)、Information (情報) の頭文字、および Matsuyama University And Iyotetsu の頭文字。



2. 現地調査と企業連携の強化 (6月中旬～7月上旬)

- **現地確認・調査:** 6月上旬に松山市駅および市内電車内のデジタルサイネージ(広告)の様子を実際に観察。松山市駅では市内電車電停や軌道の移設工事のため足を止めてじっくり動画を見る人は少なく、通過しながら動画を見たり音を聴いたりする方が多い現状を実感。
- **企業訪問:** 7月に連携先である伊予鉄総合企画のオフィスを訪問。会社の事業概要の説明を受け、サイネージの技術的特徴や企業側が学生に望むことを学び、モチベーション向上と社会勉強の機会となった。
- **活動の軸の明確化:** 第7回ミーティングでは、メンバー全員でワークショップを行い、このプロジェクトに関わっている「学生メンバー」「伊予鉄総合企画」「チーム管理者(職員)」三者の思いや目標を整理し、今後プロジェクトを軌道修正しなければならない局面に立った時の基盤を築いた。



3. 動画制作に向けた準備と技術習得 (7月中旬～9月)

- **アイデア出しと技術課題:** どのような動画を作成するか、メンバー全員でブレインストーミングを行った後に整理した結果、「地域をPRすること」と「松山大学をPRすること」の2つに集約。一方で、動画制作に関する技術的な課題が浮上。
- **技術習得:** 愛媛県が主催する事業「えひめショートムービーラボ」への参加を決定(メンバー約15名が申込)。プロの講師による映像制作技術の導入講義や機材の見学を実施し、本格的な制作準備を進めた。

4. 動画制作の開始 (9月下旬～11月)

- **制作グループ編成:** 10月から動画制作を開始。各自の関心に応じて「松山大学PR」「地元PR」「商店PR」の3グループに分かれて活動。

- **自律的な行動:** メンバーは、関係者へのインタビュー、ロケハンの実施、取材対象者への許可取り、交渉・打合せなど、自分たちで考えて具体的な行動を起こしている。
- **直面する課題:** 制作技術の習得に加え、「15秒に収める難しさ」「伝えるメッセージの明確化」「相手方への交渉方法」など、実践を通じて多くのことを学んでいる。



5. 今後の展開(予定)

- **視認状況の測定方法を検討:** ホームページへのアクセス数や SNS のフォロワー数の変化など各グループに適した測定方法を検討する。
- **動画のブラッシュアップや新たな動画の作成:** サイネージで流す動画の評判を踏まえ、マーケティング分野の知見を取り入れることで、その動画のブラッシュアップを行う。
- **結果の取りまとめと報告:** 1年間の活動結果をまとめて分析や考察を行い、報告レポートの作成やプレゼンテーションを行う。次年度の活動継続(今年度の積み残しの解決や、今年度の成果を活かした発展的な取り組み)についても検討する。