
学生研究活動助成金

本大学メディア学部ブランドイメージ向上における
イメージ調査とPV制作

瓦井ゼミ

- メディア学部（映像芸術コース）の概要
- 日頃感じていること
- 研究背景①
- 研究背景②
- 研究背景③
- 研究背景④
- 調査①
- 調査②
- 映像芸術コースの現状
- 仮説
- 仮説詳細
- 解決策提案①
- 解決策提案②
- 解決策提案③
- 解決策提案④
- 解決策結果
- 結論と今後の展望

メディア学部（映像芸術コース）の概要

〈教育研究上の目的〉

メディア学部は、「表現力」「コミュニケーション力」「コラボレーション力」を高め、複合的にビジネスコミュニケーションを展開できる創造的な人材を育成する。

〈変遷〉

2005年：メディア学部メディア情報学科開設年（同年紀尾井町キャンパス開校）

2007年：東京紀尾井町キャンパス2号棟開設

2011年：メディア学部クロスメディアコース、映像芸術コース開設

2013年：東京紀尾井町キャンパス3号棟開設

2015年：東京紀尾井町キャンパス5号棟開設

〈生徒数〉

(2019年)	1年	2年	3年	4年
収容定員	360	300	320	320
在籍数	365	318	331	377

〈専攻〉

映像演出/映像技術/映像美術/
アニメーション・CG
サウンド・音楽/ステージ/芸能/
エンターテインメント・ビジネス

日頃感じていること

同じ夢に向かう
仲間と創作できる

作品を作る機会を
もっと増やしたい

学部の知名度が
低い

キャンパスの
立地が良い

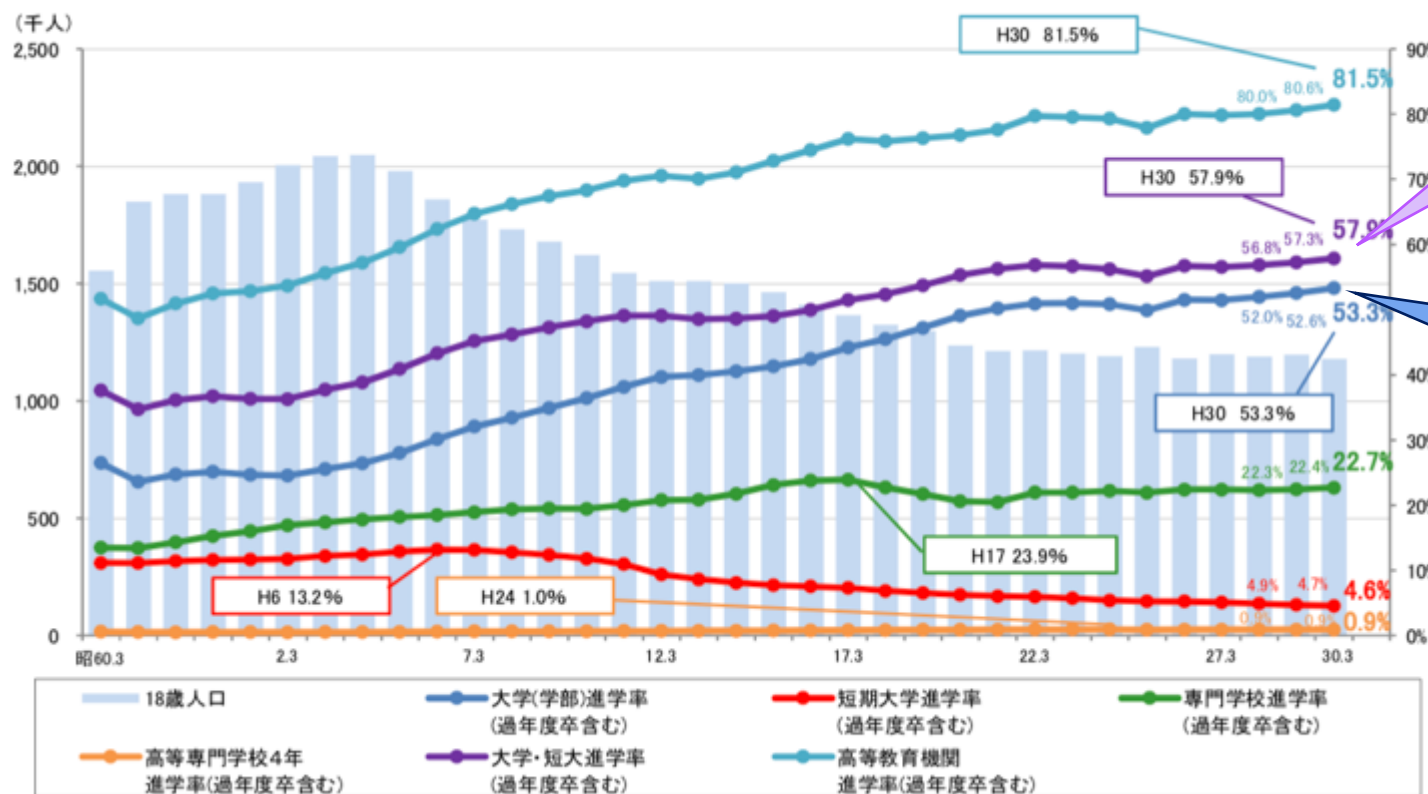


映像芸術コース在学生

研究背景①

18歳以上の半数以上が大学に進学する「大学全入時代」

③過年度卒業者を含めた進学率(就学率)の推移(図5)



大学・短期大学
進学率57.9%

大学学部進学率
53.3%

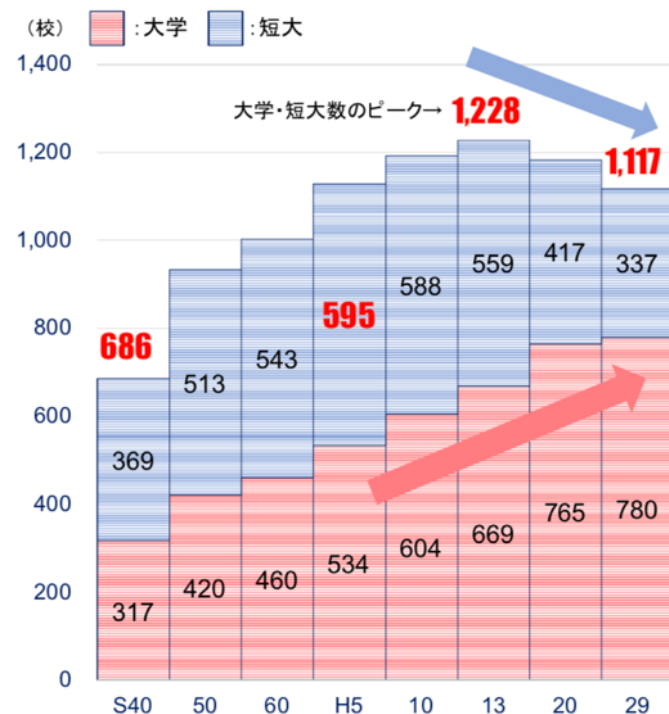
過去最高の進学率

[文部科学省平成30年度学校基本調査についてから参照]

研究背景②

18歳人口の減少と大学間戦争

大学・短期大学の学校数の推移

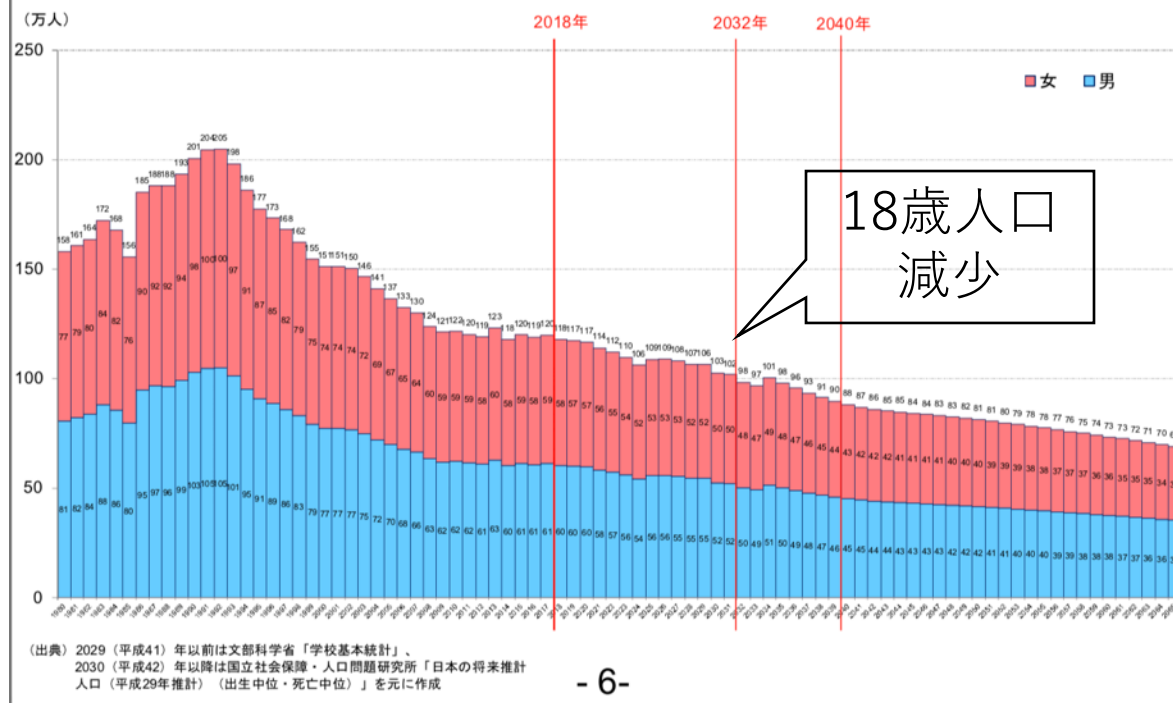


【出典】文部科学省「学校基本統計」

1

18歳人口(男女別)の将来推計

● 我が国の18歳人口の推移を見ると、2005年には約137万人であったものが、現在は約120万人まで減少している。今後、2032年には初めて100万人を割って約98万人となり、さらに2040年には約88万人にまで減少するという推計もある。



(出典) 2029 (平成41) 年以前は文部科学省「学校基本統計」、
2030 (平成42) 年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計
人口(平成29年推計)(出生中位・死亡中位)」を元に作成

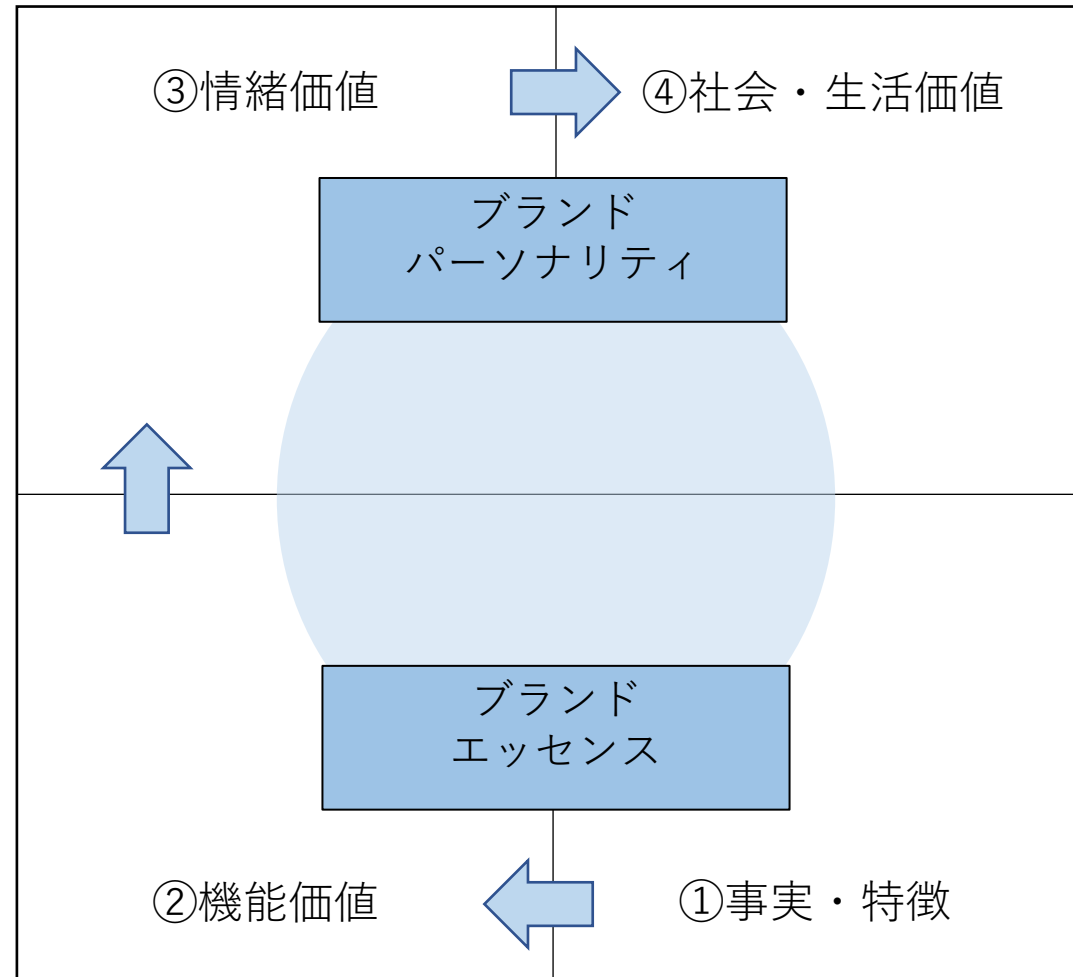
- 6 -

[文部科学省高等教育の未来構想に関する参考資料から参照]

大学ブランディングに力を入れ、さらにブランド力を高めなければならない。

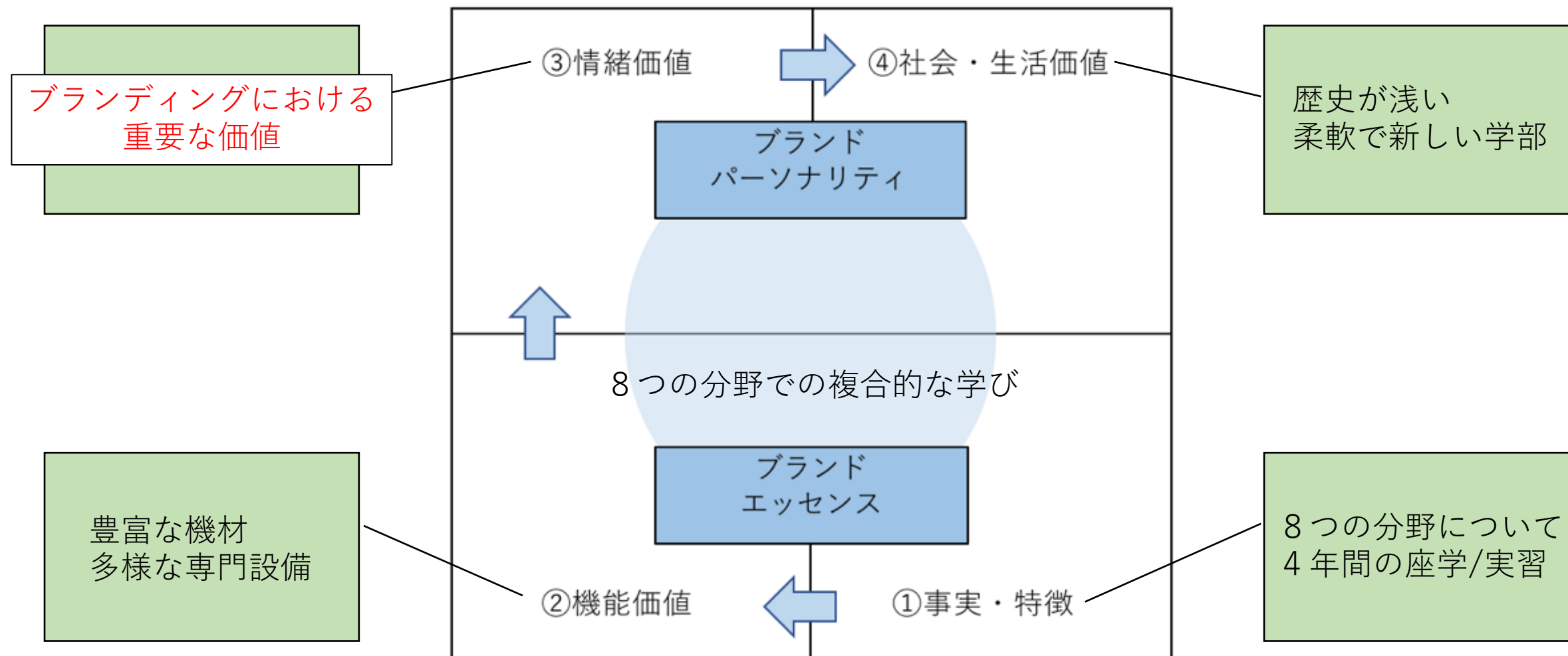
研究背景③

ブランドを作る要素〈ブランドサーキット〉



研究背景④

ブランドを作る要素 〈ブランドサーキット・映像芸術コース〉



映像芸術コースブランドイメージ座談会

《座談会質問項目》

- ①JIUメディア学部映像芸術コースに来た理由
- ②映像芸術コースに入って感じること

学年	性別	主専攻	副専攻
1年	男性	映像演出	映像技術
1年	男性	映像演出	美術
2年	男性	映像演出	芸能
2年	女性	サウンド	映像演出
3年	男性	映像技術	ステージ
3年	男性	サウンド	ビジネス

① JIUメディア学部映像芸術コースに来た理由

- ・映画に特化している。
- ・専門大学ではなく、大学でメディアについて学びたいと思った。
- ・私立の音学大学のように音楽だけ学ぶのではなく、他の分野も学べる。
- ・他のメディア学部に落ちたから。

②映像芸術コースに入って感じること

- ・対外的に何をしているか説明しづらい。
- ・学生の作品の発信が少ない。
- ・自分と違う分野を学ぶ学生やメディア業界で活躍する先生に出会える。
- ・メディア業界を目指す熱い想いを持った仲間と活動できる。
- ・ビジョンを持って目標に向かえる。

映像芸術コースの現状

映像芸術コースの特徴

- ・メディアの『8つの分野』を座学/実習で複合的に学べる
- ・新しい取り組みを積極的に行う柔軟さ

ブランドイメージ向上

学生側の意識

- ・4年生大学である必要性の理解
- ・学生の活動を学内外に発信

学生が自己認識、自己肯定することで
学生自身の発信力がアップ

学生が自己認識、自己肯定できるような等身大のPVを制作することで、

- ・視覚化された映像芸術コースのブランドを大学内外に共感してもらう。
- ・学生がより意欲的に創作、大学内外に作品を発信する足がかりとなる。



映像芸術コースのブランドイメージが向上

解決策提案①

映像芸術コースのブランドの表現手法とは

映像芸術コースの教育研究上の目的と、コースの特色を駆使し、PVを制作する。

メディアの『8つの分野』を
複合的に学べる



作品の企画から完成まで生徒が
主体となって携わる
様々な4年間のカリキュラム

企画	準備	作成	完成
----	----	----	----

全て学生が行う

■ メディア学部の研究教育上の目的

メディア学部は、「表現力」「コミュニケーション力」「コラボレーション力」を高め、複合的にビジネスコミュニケーションを展開できる創造的な人材を育成する。



映像芸術コースの特色



JIUブランド『個々のスキルのコラボレーションで作品を作る』

解決策提案③

PV制作

PVコンセプト：各分野の仲間と学びの融合 ～JIU PRIDE～

解決策提案④

PV表現ポイント

エンタメ・ビジネス

芸能

映像演出

映像技術

映像美術

アニメーション
CG

サウンド・音楽

企画から完成まで
8つの分野が融合

企画

準備

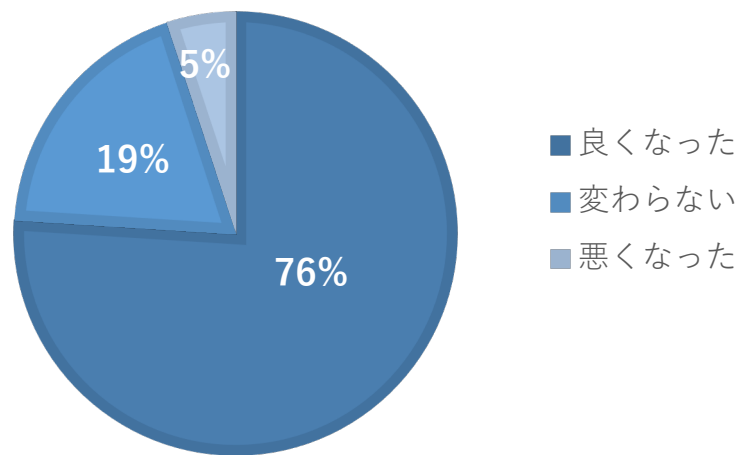
撮影

完成

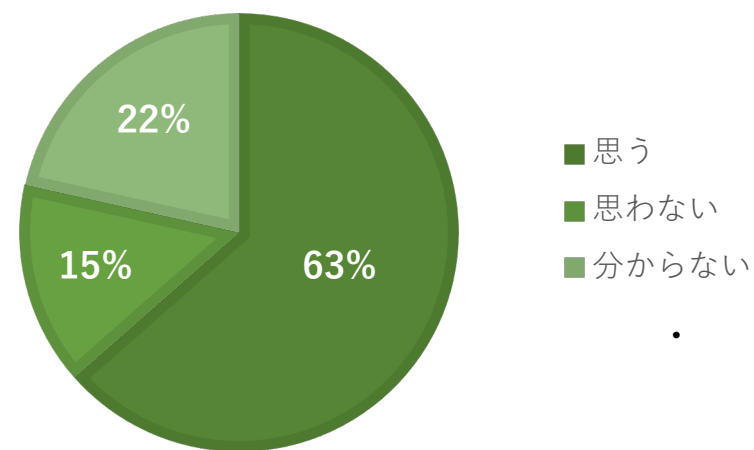
解決策結果

PVを見た映像芸術コースの在学生への事後調査

①映像芸術コースに対する印象



②学部外の方にコースの説明をする際に このPVを使いたいと思うか



③PVを見た感想

- 映像芸術コースの魅力が90秒に詰まっている。
- 在学生として意欲的に創作活動をしたかった。
- 自身の専攻以外のことについてもっと知るべきだと感じた。
- 良い環境に身を置いていることを再確認した。
- オープンキャンパスで高校生に見せるべきだ。
- 是非、家族や友人にPVを見せたい。

このPVによって他の学生も感化され、発信しようとして後が続く。

→作品が発信されることで映像芸術コースの情緒価値が上がる。



映像芸術コースのブランドイメージ向上