デジタルハリウッド大学大学院

デジタルコンテンツ研究科デジタルコンテンツ専攻

自己点検・評価報告書

資　料　編

平成２０年７月

デジタルハリウッド大学

目　　次

資料１　デジタルハリウッド大学大学院学則・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１
資料２　デジタルハリウッド大学大学院　2007年度ガイドブック・・・・・・・・・・・１０
資料３　デジタルハリウッド大学院　2007年度シラバス・・・・・・・・・・・・・・・３２
資料４　科目一覧・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１４４
資料５　履修モデル図・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１４５
資料６　成績基準表・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１４６
資料７　07年度 第１トライメスター成績評価分布図（例）・・・・・・・・・・・・・１４７
資料８　修了生の進路の割合・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１５０
資料９　経済産業省平成１８年度大学発ベンチャーに関する基礎調査報告・・・・・・１５１
資料１０　ゼミ、プロジェクト、課題制作の成果例・・・・・・・・・・・・・・・・・１５２
資料１１　2007年度授業スケジュール一覧表・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１５５
資料１２　開館時間一覧・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１５６
資料１３　時間割・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１５６
資料１４　2007年度 成績表（例）・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１５７
資料１５　履修条件一覧・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１５８
資料１６　デジタルハリウッド大学院院生起業実績・・・・・・・・・・・・・・・・・１５９
資料１７　単位取得及び修了率等・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１６０
資料１８　授業評価の流れ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１６１
資料１９　教員研修議事録・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１６４
資料２０　研究実績・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１９５
資料２１　デジタルハリウッド大学利益相反マネジメント専門委員会規則・・・・・・・２２１
資料２２　デジタルハリウッド大学利益相反マネジメントガイドライン・・・・・・・・２２３
資料２３　デジタルハリウッド大学ＯＪＴガイドライン・・・・・・・・・・・・・・・２２５
資料２４　在籍者数の推移（平成19年度3月末時）・・・・・・・・・・・・・・・・・・２２７
資料２５　課題提出の流れ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２２８
資料２６　ＪＡＳＳＯ奨学金受給者数・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２３０
資料２７　就学奨励金制度・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２３０
資料２８　留学生受入実績・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２３０
資料２９　デジタルハリウッド大学キャンパス・ハラスメントの防止等に関する規則・・２３１
資料３０　教員一覧・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２３５
資料３１　デジタルハリウッド大学大学院専任教員昇格人事評価表・・・・・・・・・・２３６
資料３２　専任教員の科目別配置等のバランス・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２３７
資料３３　財産及び損益の状況の推移・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２３８
資料３４　撮影関連機器一覧・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２３９
資料３５　PC 等一覧・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２４０
資料３６　蔵書構成・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２４１

資料１　　デジタルハリウッド大学大学院学則

設置認可　平16．2.16

改　　正　平20．3.11

第１章　総則

（目的）

第１条　デジタルハリウッド大学大学院（以下「本学」という。）は、教育基本法に則り、学校教育法の定める専門職大学院として、デジタル社会における重要でかつ専門性を必要とするビジネス＆コンテンツを創造する職業を担うための、深い学識及び卓越した能力を培う実学を中心に、広く知識を授けるとともに、深く専門の学術を教授、研究し、個性豊かな教養高き人格を備え、応用能力と実践性に富む有為な人材を養成し、文化の向上と産業の発展に寄与することを目的とする。

（名称）

第２条　本学は、デジタルハリウッド大学大学院という。

（位置）

第３条　本学は、以下の場所に位置する。

大学院本部・・・・・・・・・・・東京都千代田区外神田１－１８－１３
秋葉原ダイビル７Ｆ

メインキャンパス・・・・・・・・・東京都千代田区外神田１－１８－１３
秋葉原ダイビル７Ｆ

大阪サテライトキャンパス・・・大阪市北区西天満６－５－１７
デジタルエイトビル

（研究科）

第４条　本学に、デジタルコンテンツ研究科（以下「研究科」という。）を置く。

（課程）

第５条　本学に、専門職学位課程を置く。

２　専門職学位課程は、広い視野に立って精深な学識を授け、専攻分野における研究能力又は高度の専門性を要する職業等に必要な高度の能力、及びその基礎となる豊かな学識を養うものとする。

（専攻）

第６条　研究科に次の専攻を置く。

区　分	専　攻
デジタルコンテンツ研究科	デジタルコンテンツ専攻

（修業年限）

第７条　専門職学位課程の標準修業年限は、２年とする。

２　実務等の専門の経験を有する者に対しては、本学が認めた者においては、１年以上２年未満の期間とする場合がある。

（在学期間の制限）

第８条　専門職学位課程の在学期間は、１０年を超えることができない。

（収容定員）

第９条　本学の収容定員は、次のとおりとする。

区　分	専攻名	入学定員	収容定員
デジタルコンテンツ研究科	デジタルコンテンツ専攻	８０名	１６０名

第２章　学年、トライメスター及び休業日

（学年）

第１０条　学年は、入学時期により以下のとおり定める。

４月入学　　４月１日に始まり、翌年３月３１日に終わる

８月入学　　８月１日に始まり、翌年７月３１日に終わる

１２月入学　１２月１日に始まり、翌年１１月３０日に終わる

（トライメスター）

第１１条　学年を、次の３トライメスターに分ける。

第１トライメスター　４月１日から７月３１日まで

第２トライメスター　８月１日から１１月３０日まで

第３トライメスター　１２月１日から翌年３月３１日まで

（休業日）

第１２条　休業日は、原則として次のとおりとする。ただし、学長は、必要のある場合に限り、臨時に休業日を設けることができる。

(1) 国民の祝日に関する法律（昭和２３年法律第１７８号）に規定する休日

(2) 年度計画に基づいた休日

２　前項第２号の休日については、学長が教授会の議を経て変更することができる。

第３章　入学等

（入学の時期）

第１３条　入学の時期は、学年又はトライメスターの始めとする。

（入学資格）

第１４条　本学に入学することのできる者は、次の各号の１に該当する。

(1) 学校教育法第５２条に定める大学を卒業した者

(2) 学校教育法第６８条の２第３項の規定により学士の学位を授与された者

(3) 外国において学校教育における１６年の課程を修了した者

(4) 外国の学校が行う通信教育における授業科目を我が国において履修することにより、当該外国の学校教育における１６年の課程を修了した者

(5) 文部科学大臣が指定した者

(6) 本学において、個別の入学資格審査により、大学を卒業した者と同等以上の学力があると認められた者で２２歳に達した者

（出願手続）

第１５条　入学を志願する者は、出願書類その他別に定める書類に入学検定料を添えて、所定の期間中に出願手続をしなければならない。

（入学者の選考）

第１６条　前条の規定に基づき入学を志願する者に対しては、別に定めるところにより選考を行う。

（入学手続及び入学許可）

第１７条　前条の選考の結果に基づき、合格の通知を受けた者は、所定の期間中に別に定める学費を納入し、かつ、誓約書その他所定の書類を提出しなければならない。

２　学長は、前項の入学手続きを完了した者に入学を許可する。

（外国人留学生の選考）

第１８条　外国人で、大学において教育を受ける目的をもって入国し、本学に入学を志願する者があるときは、第１６条に規定する選考のほか、特別に選考のうえ、外国人留学生として入学を許可することがある。

２　その他、外国人留学生の入学については、別に定める外国人学生募集要項による。

（特待生）

第１９条　本学の学生で、学力成績、経験、実績、研究しようとする内容が優秀であると本学が認めた者を特待生とすることがある。

第４章　教育課程及び履修方法

（教育課程）

第２０条　本学専門職学位課程の教育は、授業と修了課題制作［専門職学位課程で特定の課題についての研究成果である作品等を含む］、課題研究等に対する指導（以下「研究指導」という。）によって行う。

（授業科目及び単位等）

第２１条　授業科目及び単位等は、別に定める。

２　前項に定めるもののほか、教授会の議を経て、授業科目を開設することができる。

（単位の計算基準）

第２２条　授業科目に対する単位数は、１単位の授業科目を４５時間の学修を必要とする内容をもって構成することを標準とし、次の基準に基づき、教授会の議を経て、定めるものとする。

(1) 講義及び演習については、１５時間から３０時間の授業をもって１単位とする

(2) 実験、実習及び実技については、３０時間から４５時間の授業をもって１単位とする

２　　前項の規定にかかわらず、実験（実技等）を含む科目及び演習を含む科並びに課題制作等の授業科目については、これらの学修の成果を評価し単位を授与することが適切と認められる場合には、これらに必要な学修等を考慮して、教授会の議を経て、単位数を定めるものとする。

（研究指導及び授業の担当）

第２３条　本学の研究指導及び授業の担当は、大学院教員資格に該当する者がこれにあたる。

２　　必要により、他の大学院教員又はその他の有資格者に授業の担当を依頼することができる。

３　　教育上有益と認めるときは、他の大学院又は研究所等において、学生が必要な研究指導を受けることを認めることができる。この場合にはあらかじめ当該他の大学院又は研究所等と本学の間で研究指導の範囲、期間その他実施上必要とされる具体的な措置について協議するものとする。また、当該研究指導を受ける期間は、１年を超えないものとする。

（履修方法及び申請）

第２４条　本学の学生は、在学中に４０単位以上取得しなければならない。これに関する授業科目の履修方法及び申請については別に定める。

（履修上限単位）

第２５条　学生が各年次にわたって適切に授業科目を履修するため、学生が１年間に履修科目として登録することができる単位数の上限を次のとおり定める。

⑴　修業年限２年の学生が､1年間に登録できる単位数の上限を３０単位とする

⑵　修業年限１年と認められた学生が、１年間に登録できる単位数の上限を４２単位とする

（単位の授与）

第２６条　履修授業科目の単位の授与は、別に定める方法により、トライメスターごと又は学年末ごとに行うものとする。

（成績の評価）

第２７条　「S、A、B、C、D」若しくは「認」「否」をもって示し、「S、A、B、C」若しくは「認」を合格とし「D」若しくは「否」を単位認定不可とする。

（他の大学院における授業科目の履修等）

第２８条　他の大学院等における授業科目の履修により修得した単位及び入学前の既修得単位の認定については、研究科委員会の議を経て、１０単位を超えない範囲で、本学における授業科目の履修により修得したものとみなすことができる。

第５章　課程の修了要件

（修了要件）

第２９条　第７条に定める修業年限を終え、別に定める授業科目を履修し、４０単位以上を修得した者は、研究科委員会の議を経て、学長が修了を認定するものとする。

２　　前項に規定する単位の修得にあたっては、必要な研究及び実学指導を受け、かつ、修了課題制作の審査及び最終試験に合格することを要する。

第６章　学位の授与

（学位の授与）

第３０条　第２９条により本学を修了した者には、専門職学位を教授会の議を経て、学長がこれを授与する。

（学位規程）

第３１条　学位及び学位の授与については、本学の学則（以下「学則」という。）のほか、別に定める。

第７章　休学、退学、除籍及び復学

（休学）

第３２条　病気その他やむを得ない理由により長期にわたり欠席しようとするときは、所定の休学願に理由を証明する書類を添えて、学長に願い出て、研究科委員会の議を経た後、学長の許可を得れば休学することができる。

（休学処置）

第３３条　病気のため修学に適しないと認めた者については、研究科委員会の議を経て、学長は、休学を命ずることができる。

２　　１年間、科目の履修が認められない者については、当該期間を休学したものと取り扱うこととする。

（休学期間）

第３４条　休学の期間は、原則として当該学年の末までとする。なお、特別な理由があると認めた者については、引き続き更に１年の休学を許可することがある。

２　　休学期間は、在学期間に算入するものとする。ただし、修業年限には算入しない。

３　　休学中の学費は、別に定める。

（休学期間の制限）

第３５条　休学期間は、通算して２年を超えることができない。

（退学）

第３６条　病気その他の理由により退学しようとするときは、所定の退学願を提出して、研究科委員会の議を経て、学長の許可を得なければならない。

２　　前項により退学した者、学費未納により除籍された者が、再入学を願い出たときは、研究科委員会の議を経て、学長がこれを許可することがある。

（除籍）

第３７条　学生が、次の各号のいずれかに該当するときは、除籍する。
(1) 納入期限を越えても学費を納めないとき
(2) 長期にわたって欠席し、又は病気その他の理由で成業の見込のないと認めたとき
(3) 在学期間が、第８条に定める期間を超えたとき
(4) 死亡したとき
２　前項第１号によって除籍された者は、納入期限の翌日から１ヶ月以内に限り、除籍の取り消しを願い出ることができる。ただし、特別の事情により、納入が困難な場合には、願い出によって、さらに１ヶ月の猶予期間を認める。
（復学）
第３８条　休学期間の途中で休学理由が消滅したときは、所定の手続きをとり、研究科委員会の議を経て、学長の許可を受け、復学することができる。
２　復学者の修学条件は、その者が入学した年度のものを適用する。
３　トライメスターの途中で復学した者が、履修を許可された場合、当該科目の授業料は全額徴収する。

第８章　賞罰

（表彰）
第３９条　学生として表彰に値する行為があった者は、研究科委員会の議を経て、学長が表彰することができる。
（懲戒）
第４０条　学則若しくは諸規程に違反し、又は学生としての本分に反する行為をした者は、研究科委員会の議に基づき、学長が懲戒する。
２　懲戒は、譴責、停学及び放学とする。
３　放学は、次の各号の１に該当する者に対して行う。
(1) 品行不良で改善の見込がないと認められる者
(2) 正当な理由がなくして出席が常でない者
(3) 本学の秩序を乱し、その他学生としての本分に反した者

第９章　学費及び学費以外の費用

（学費）
第４１条　学費は、入学金、年間登録料、履修費、演習費、入学検定料、科目等履修料、聴講料及びその他手数料とし、その額は別に定める。
（手数料）
第４２条　入学検定料及びその他の手数料については、別に定める。
（既納の学費及び手数料）
第４３条　既に納入した学費及び手数料の返戻については、別に定める。

第１０章　教員組織

（教員組織）

第４４条　本学の専攻に応じ、必要な教員数を置く。

（教授会）

第４５条　本学の研究科に教授会を置く。

２　この規則に定めるもののほか、教授会に関し必要な事項は、当該教授会において定める。

（審議事項）

第４６条　教授会は、次の各号に掲げる事項を審議する。

(1) 教育及び研究の状況について自ら行う点検、評価に関する事項のうち、当該研究科に係る事項

(2) 学生の入学、課程の修了その他学生の身分に関すること及び学位の授与に関する事項

(3) ファカルティ・ディベロップメントに関する事項

(4) 教育課程の編成に関する事項

(5) その他教育研究に関する重要な事項

第１１章　運営組織

（研究科委員会）

第４７条　本学に研究科委員会（以下、この章において「委員会」という。）を置く。

２　委員会の組織は、別に定める。この規則に定めるもののほか、委員会に関し必要な事項は、当該委員会において定める。

（審議事項）

第４８条　委員会は、次の事項を審議する。

(1) 学則に関すること

(2) 諸規程の制定および改廃に関すること

(3) 教員の人事に関すること

(4) 授業科目および研究指導の担当に関すること

(5) 学生の入学、復学、休学、除籍、退学、留学および修了ならびに賞罰に関すること

(6) 学位の授与に関すること

(7) その他重要な事項

（研究科長）

第４９条　本学の研究科に研究科長を置く。

２　研究科長は、学長が兼務することができる。

第１２章　事務組織

（事務組織）

第５０条　本学の事務の処理は、大学院事務局をもって行う。

第１３章　科目等履修生、聴講生及び研究生

（科目等履修生）

第５１条　本学において特定の授業科目を履修し単位を修得しようとする者があるときは、研究科委員会の議を経て、科目等履修生として許可することができる。

２　科目等履修生が履修した授業科目について試験を受け合格したときは、所定の単位を与える。

３　科目等履修生に関する内規は、別に定める。

４　本学学生の他大学・大学院等への科目履修も容認する。

（聴講生）

第５２条　本学において特定の授業科目を聴講しようとする者があるときは、研究科委員会の議を経て、聴講生として許可することができる。

２　聴講生に関する内規は、別に定める。

３　本学学生の他大学・大学院等への聴講も容認する。

（研究生）

第５３条　本学で、特定の研究課題について研究を希望する者があるときは、学生の研究に支障のない限り研究科委員会において、研究生としてこれを許可することができる。

２　研究生を志願することのできる者は、大学を卒業した者で当該研究科相当の学力を有すると研究科委員会が認めた者とする。

３　研究生に関する内規は、別に定める。

４　本学学生の他大学・大学院等への研究生としての参画も容認する。

第１４章　外国人留学生

（外国人留学生）

第５４条　外国人で、大学において教育を受ける目的をもって入国し、第１６条及び第１８条第１項の選考又は第５１条、第５２条及び第５３条の規定により、本学に入学を許可又は履修、聴講等を許可された者を、外国人留学生という。

（特例）

第５５条　外国人留学生に関し必要な事項及び特例は、別に定める。

第１５章　学生研究室

（学生研究室）

第５６条　本学に学生研究室を設ける。

第１６章　附属施設及び厚生施設

（施設、設備の供用）

第５７条　本学の施設、設備は、必要に応じて設置会社が学生の研究達成のために供することができる。

第１７章　その他

（施行細則）

第５８条　学則施行に必要な細則は、別に定める。

附　則

（施行期日）

この学則は、２００４年４月１日から施行する。

附　則

（施行期日）

この学則は、２００５年４月１日から施行する。

附　則

（施行期日）

この学則は、２００６年８月１日から施行する。

附　則

（施行期日）

この学則は、２００７年４月１０日から施行する。

附　則

１　この規則は、平成２０年４月１日から施行し、改正後の第５３条の規定は、平成１９年１２月１日から適用する。

２　平成２１年３月３１日以前に入学した者については、改正後のデジタルハリウッド大学大学院学則第３４条第２項及び第３５条第２項の規定にかかわらず、なお従前の例による。

資料２

デジタルハリウッド大学大学院
２００７年度
ガイドブック

2007年10月30日更新

デジタルハリウッド大学院
THE GRADUATE SCHOOL OF DIGITAL CONTENT

Contents

1. 修了要件 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・P2

2. 履修について ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・P3

3. 成績評価基準について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・P9

4. 施設・設備 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・P10

5. 授業・行事日程について ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・P13

6. 受講上の注意事項 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・P15

7. 大学院事務局・研究室の利用について ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・P17

8. 教員について ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・P19

9. ソフトウェアについて ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・P19

10. 各種証明証の発行について ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・P19

11. 奨学金・教育訓練給付金について ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・P19

12. 履修手続きについて ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・P20

13. 学費について ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・P20

14. 各種問い合わせ窓口について ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・P20

1．修了要件

各プログラム（2年制、1年制）の修了要件は各職種に応じて下記のように定めます。

※1年制は、本学に関連するプログラムに相当する職務において、2年以上の職務経験を有し、かつ、専門職大学院に入学するに十分な知識、スキルを持つ者を、本学の審査により、就学期間を１年短縮できる制度です。

（1）修了要件単位について

■ゼネラルプロデューサープログラムの修了要件

2年制：４０単位（必修科目2科目4単位、必修選択科目から3科目3単位以上、必修選択科目として研究科目から2科目6単位以上）以上を修得すること。

1年制：４０単位（必修科目3科目１４単位、必修選択科目から3科目3単位以上、必修選択科目として特ゼミをのぞく研究科目から1科目3単位以上）以上を修得すること。

■コンテンツディレクタープログラムの修了要件

2年制：４０単位（必修科目2科目4単位、必修選択科目から4科目4単位以上、必修選択科目として研究科目から2科目6単位以上）以上を修得すること。

1年制：４０単位（必修科目3科目１４単位、必修選択科目から4科目4単位以上、必修選択科目として特ゼミをのぞく研究科目から1科目3単位以上）以上を修得すること。

（2）学位の授与について

修業年限①を在学したと認め、各学期末②の試験に合格し、なおかつ修了要件を満たす単位数（40 単位）を修得した場合は各学期末に、修士の学位を当該研究科委員会の議を経て学長がこれを決定する。

① 年限とは1年制、2年制をいう

② 各学期（トライメスター）末、年3回の当該研究科委員会の議を経て学長が学位の授与を行う。

以下、学則の条項に準じて学位授与の期を定める。

（修業年限）

第７条

1 専門職学位課程の標準修業年限は、2年とする。

2 実務等の専門の経験を有する者に対しては、1年以上2年未満の期間とする場合がある。

（単位の授与）

第２８条

授業科目を履修し、かつ、学期末または学年末に行うその科目の試験に合格した者には、所定の単位を与える。

（課程の修了要件）

第３１条

専門職学位課程の修了の要件は、大学院に2年以上在学し、所定の単位を修得し、かつ、必要な研究指導を受けた上、課題制作の審査および最終試験に合格することとする。 また、実務等の専門の経験を有する者に対しては、1年以上2年未満の期間とする場合がある

2．履修について

(１)科目区分

①「基礎科目」

デジタルコンテンツマネジメントを遂行するために必要な、変化に対応できる基礎的な知識、技能、基本となるヒューマンスキル、倫理を培うことを目的とする科目。

②「実践基礎科目」

コンテンツのディレクションまたはプロデュースに特化した実務についての専門的な知識を理論的に理解することを目的する科目。

③「応用・展開・先端科目」

デジタルコンテンツの進化に対応できる、応用的、展開的、先端的な、深い専門知識を修得することを目的とする科目。

④「研究科目」

■ゼミ

・2年制は、2年間の内、2ゼミを必ず履修する。

・1年制は、1年間の内、1ゼミを必ず履修する（特ゼミをのぞく）。

■特ゼミ

本科目は、主にビジネスプランを担当するプロデューサーとコンテンツ制作を担当するディレクターの学生がチームとなって、1つのコンテンツやサービスを生み出す過程を通じて、プロデューサーとディレクターそれぞれに必要な高度なスキルと連携手法を考究する科目である。

本学に関連する職種において、二年以上の職務経験を有し、かつ本学の審査により、1年間で本学の専門課程を修了しうると判断された院生については、特ゼミは必修ゼミとなり必ず履修しなければならない。また、2年制の2年次以降のもので、担当教員により履修にたると認められたものの履修も認めることとする。

■修了課題制作

応用・展開・先端科目、並びにゼミ又は、特ゼミにおける学習、研究などの成果を実務の見地から論理的にまとめた「コンテンツ作品」、「プレゼンテーション資料（要デモコンテンツ）」および「論文」の形式で制作、及び発表し、その研究成果を学長及び、研究成果に関連するゼミを受け持つ教員の審査によって合格することを必須とする。

(２)履修科目

①必修科目

デジタルコンテンツ研究科を修了するためには必ず修得しておかなければならない科目。

②必修選択科目

指定されている科目の中から、スキル、知識に応じて、所定の単位数を修得しなければならない科目。

③選択科目

選択必修科目に属する科目を、選択必修科目として履修しなかった場合は、それらの科目を選択科目として履修することが出来る。実務スキルや知識を持ち合わせない領域、及びスキルや知識をさらに高める領域など、適切な科目を必修選択、選択科目より選択することができるものとする。

(3)科目･単位構成

科目区分	学習領域	科目 NO	科目名	単位数
基礎科目	ｺﾝﾃﾝﾂﾋﾞｼﾞﾈｽに携わる人材に必要なスキルと倫理	102	コンテンツビジネスにおけるコンプライアンス	2
	ｺﾝﾃﾝﾂﾋﾞｼﾞﾈｽ・産業構造・歴史・未来	103	デジタルコンテンツ産業概論	2
		104	新ＩＴ産業論	2
		105	通信と放送の融合の中でのＩＴビジネス論	2
		106	シネマ学	2
	IT 時代のメディア	107	ＷＥＢメディア論	1
	ビジネスプランニング	108	事業計画手法	1
	コンテンツ基本表現手法	109	デジタルグラフィックス表現演習Ⅰ（ＷＥＢ）	2
		110	デジタルグラフィックス表現演習Ⅱ(Ｍａｙａ)	2
		111	ＷＥＢプログラミング演習(ＰＨＰ)	2
		112	映像演出	2
実践基礎科目	ビジネスプランニング	113	ビジネスモデル演習	1
	マーケティング	114	インターネットマーケティングＡ	1
		115	インターネットマーケティングにおけるデータ分析基礎	1
	会計・税務	116	コンテンツプロデューサーの為の会計・財務	1
	法務・財務	117	コンテンツビジネス法務・財務	1
	資金調達	118	映画製作におけるファイナンスとリクープ	2
	アートディレクション	119	デジタル映像表現手法	2
	ストーリーディレクション	120	映像監督のストーリー演習	2
	テクニカルディレクション	121	ＩＴソリューション導入手法	2
	エディトリアルディレクション	122	ＷＥＢコンテンツ編集	1
	制作マネジメント	123	映像プロデュース	2
		124	コンテンツメディア・プロダクション	2
		125	ＷＥＢプロデュースⅠ（制作）	2
		126	ＷＥＢプロデュースⅡ（システム）	2
		127	ＷＥＢプロデュースⅢ（企画・営業）	2
	モバイルビジネス	128	モバイルビジネス実践	2
	ベンチャーキャピタル	129	ベンチャーキャピタルビジネス論	1
応用・展開・先端科目	インターネットビジネスマネジメント応用	130	インターネットビジネスコンサルティング	2
		131	インターネットマーケティングにおけるアクセス解析実践	1
	コンテンツビジネスマネジメント応用	132	キャラクターマーケティング	2
		133	コンテンツ海外展開手法	1
		134	アニメコンテンツマネジメント	2
		135	キャラクタービジネスマネジメント	2
	先端制作技術研究	136	デジタルコンテンツ技術変革論	2
		137	ポストプロダクション先端技術演習	2
		138	クロスメディア演習	2
	総合展開	139	ヒットコンテンツ事例研究	2
		140	ヒットプロデュース能力開発演習Ⅱ	2
研究科目	１年短縮対象者のみ共通ゼミ	141	特ゼミ	10
	必修	142	修了課題制作	2
		143	プロジェクト科目	1～2
	情報メディア・ネットワーク分野ゼミ	500～	デジタルメディア利用に関するゼミ	3～9
	情報経済分野ゼミ		デジタルコンテンツを利用したビジネスに関するゼミ	3～9
	情報芸術分野ゼミ		デジタルを利用したコンテンツ制作に関するゼミ	3～9

(4)プログラム別履修単位表

①ゼネラルプロデューサープログラム（2年制）

科目区分	科目番号	科目名	単位	必修	必修選択	選択	要習得単位数
基礎科目	102	ｺﾝﾃﾝﾂﾋﾞｼﾞﾈｽにおけるｺﾝﾌﾟﾗｲｱﾝｽ	2	2			2
	103	デジタルコンテンツ産業概論	2			2	
	104	新IT産業論	2			2	
	105	通信と放送の融合の中でのITビジネス論	2		8科目中3科目3単位以上を取得		必修選択から3単位以上
	106	シネマ学	2			2	
	107	WEBメディア論	1		8科目中3科目3単位以上を取得		必修選択から3単位以上
	108	事業計画手法	1		8科目中3科目3単位以上を取得		必修選択から3単位以上
	109	デジタルグラフィックス表現演習Ⅰ（WEB）	2			2	
	110	デジタルグラフィックス表現演習Ⅱ(Maya)	2			2	
	111	WEBプログラミング演習(PHP)	2			2	
	112	映像演出	2			2	
実践基礎科目	113	ビジネスモデル演習	1		8科目中3科目3単位以上を取得		必修選択から3単位以上
	114	インターネットマーケティングA	1		8科目中3科目3単位以上を取得		必修選択から3単位以上
	115	ｲﾝﾀｰﾈｯﾄﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞにおけるﾃﾞｰﾀ分析基礎	1			1	
	116	コンテンツプロデューサーの為の会計･財務	1			1	
	117	コンテンツビジネス法務･財務	1		8科目中3科目3単位以上を取得		必修選択から3単位以上
	118	映画製作におけるファイナンスとリクープ	2		8科目中3科目3単位以上を取得		必修選択から3単位以上
	119	デジタル映像表現手法	2			2	
	120	映像監督のストーリー演習	2			2	
	121	ITソリューション導入手法	2			2	
	122	WEBコンテンツ編集	1			1	
	123	映像プロデュース	2			2	
	124	コンテンツメディア･プロダクション	2			2	
	125	WEBプロデュースⅠ（制作）	2			2	
	126	WEBプロデュースⅡ（システム）	2			2	
	127	WEBプロデュースⅢ（企画･営業）	2		8科目中3科目3単位以上を取得		必修選択から3単位以上
	128	モバイルビジネス実践	2			2	
	129	ベンチャーキャピタルビジネス論	1			1	
応用展開先端科目	130	インターネットビジネスコンサルティング	2			2	
	131	ｲﾝﾀｰﾈｯﾄﾏｰｹﾃｨﾝｸにおけるｱｸｾｽ解析実践	1			1	
	132	キャラクターマーケティング	2			2	
	133	コンテンツ海外展開手法	1			1	
	134	アニメコンテンツマネジメント	2			2	
	135	キャラクタービジネスマネジメント	2			2	
	136	デジタルコンテンツ技術変革論	2			2	
	137	ポストプロダクション先端技術演習	2			2	
	138	クロスメディア演習	2			2	
	139	ヒットコンテンツ事例研究	2			2	
	140	ヒットプロデュース能力開発演習Ⅱ	2			2	
研究科目	142	修了課題制作	2	2			2単位
	500～	ゼミ（＊1年目）	3～9		2ゼミ6単位以上取得		ゼミから2科目6単位以上
		ゼミ（＊2年目）	3～9				
必修、必修選択から修得が必要な単位数の合計							13単位
修了要件単位数（修了に必要な総単位数）							40単位

＊1　1年間で履修できる上限単位数は30単位です
＊2　通算で認められる上限修得単位数は64単位までです

②ゼネラルプロデューサープログラム（1年制）

科目区分	科目番号	科目名	単位	必修	必修選択	選択	要習得単位数
基礎科目	102	ｺﾝﾃﾝﾂﾋﾞｼﾞﾈｽにおけるｺﾝﾌﾟﾗｲｱﾝｽ	2	2			2
	103	デジタルコンテンツ産業概論	2			2	
	104	新IT産業論	2			2	
	105	通信と放送の融合の中でのITビジネス論	2		8科目中3科目3単位以上を取得		必修選択から3単位以上
	106	シネマ学	2			2	
	107	WEBメディア論	1		8科目中3科目3単位以上を取得		必修選択から3単位以上
	108	事業計画手法	1		8科目中3科目3単位以上を取得		必修選択から3単位以上
	109	デジタルグラフィックス表現演習Ⅰ（WEB）	2			2	
	110	デジタルグラフィックス表現演習Ⅱ(Maya)	2			2	
	111	WEBプログラミング演習(PHP)	2			2	
	112	映像演出	2			2	
実践基礎科目	113	ビジネスモデル演習	1		8科目中3科目3単位以上を取得		必修選択から3単位以上
	114	インターネットマーケティングA	1		8科目中3科目3単位以上を取得		必修選択から3単位以上
	115	ｲﾝﾀｰﾈｯﾄﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞにおけるﾃﾞｰﾀ分析基礎	1			1	
	116	コンテンツプロデューサーの為の会計･財務	1			1	
	117	コンテンツビジネス法務･財務	1		8科目中3科目3単位以上を取得		必修選択から3単位以上
	118	映画製作におけるファイナンスとリクープ	2		8科目中3科目3単位以上を取得		必修選択から3単位以上
	119	デジタル映像表現手法	2			2	
	120	映像監督のストーリー演習	2			2	
	121	ITソリューション導入手法	2			2	
	122	WEBコンテンツ編集	1			1	
	123	映像プロデュース	2			2	
	124	コンテンツメディア･プロダクション	2			2	
	125	WEBプロデュースⅠ（制作）	2			2	
	126	WEBプロデュースⅡ（システム）	2			2	
	127	WEBプロデュースⅢ（企画･営業）	2		8科目中3科目3単位以上を取得		必修選択から3単位以上
	128	モバイルビジネス実践	2			2	
	129	ベンチャーキャピタルビジネス論	1			1	
応用展開先端科目	130	インターネットビジネスコンサルティング	2			2	
	131	ｲﾝﾀｰﾈｯﾄﾏｰｹﾃｨﾝｸにおけるｱｸｾｽ解析実践	1			1	
	132	キャラクターマーケティング	2			2	
	133	コンテンツ海外展開手法	1			1	
	134	アニメコンテンツマネジメント	2			2	
	135	キャラクタービジネスマネジメント	2			2	
	136	デジタルコンテンツ技術変革論	2			2	
	137	ポストプロダクション先端技術演習	2			2	
	138	クロスメディア演習	2			2	
	139	ヒットコンテンツ事例研究	2			2	
	140	ヒットプロデュース能力開発演習Ⅱ	2			2	
研究科目	141	特ゼミ	10	10			10
	142	修了課題制作	2	2			2単位
	500～	ゼミ（＊1年目）	3～9		1ゼミ3単位以上取得		ゼミから1科目3単位以上
		ゼミ（＊2年目）	3～9				
必修、必修選択から修得が必要な単位数の合計							20単位
修了要件単位数（修了に必要な総単位数）							40単位

＊1　1年間で履修できる上限単位数は42単位です。
＊2　通算で認められる上限修得単位数は64単位までです

③コンテンツディレクタープログラム（2年制）

科目区分	科目番号	科目名	単位	必修	必修選択	選択	要習得単位数
基礎科目	102	ｺﾝﾃﾝﾂﾋﾞｼﾞﾈｽにおけるｺﾝﾌﾟﾗｲｱﾝｽ	2	2			2
	103	デジタルコンテンツ産業概論	2			2	
	104	新IT産業論	2			2	
	105	通信と放送の融合の中でのITビジネス論	2			2	
	106	シネマ学	2			2	
	107	ＷＥＢメディア論	1		９科目中４科目４単位以上を取得		必修選択から４単位以上
	108	事業計画手法	1				
	109	デジタルグラフィックス表現演習Ⅰ（ＷＥＢ）	2			2	
	110	デジタルグラフィックス表現演習Ⅱ(Maya)	2			2	
	111	ＷＥＢプログラミング演習(ＰＨＰ)	2			2	
	112	映像演出	2			2	
実践基礎科目	113	ビジネスモデル演習	1			1	
	114	インターネットマーケティングＡ	1			1	
	115	ｲﾝﾀｰﾈｯﾄﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞにおけるﾃﾞｰﾀ分析基礎	1			1	
	116	コンテンツプロデューサーの為の会計･財務	1			1	
	117	コンテンツビジネス法務･財務	1			1	
	118	映画製作におけるファイナンスとリクープ	2			2	
	119	デジタル映像表現手法	2		９科目中４科目４単位以上を取得		必修選択から４単位以上
	120	映像監督のストーリー演習	2		９科目中４科目４単位以上を取得		必修選択から４単位以上
	121	ＩＴソリューション導入手法	2		９科目中４科目４単位以上を取得		必修選択から４単位以上
	122	ＷＥＢコンテンツ編集	1		９科目中４科目４単位以上を取得		必修選択から４単位以上
	123	映像プロデュース	2			2	
	124	コンテンツメディア･プロダクション	2		９科目中４科目４単位以上を取得		必修選択から４単位以上
	125	ＷＥＢプロデュースⅠ（制作）	2		９科目中４科目４単位以上を取得		必修選択から４単位以上
	126	ＷＥＢプロデュースⅡ（システム）	2			2	
	127	ＷＥＢプロデュースⅢ（企画･営業）	2			2	
	128	モバイルビジネス実践	2			2	
	129	ベンチャーキャピタルビジネス論	1			1	
応用展開先端科目	130	インターネットビジネスコンサルティング	2			2	
	131	ｲﾝﾀｰﾈｯﾄﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞにおけるｱｸｾｽ解析実践	1			1	
	132	キャラクターマーケティング	2			2	
	133	コンテンツ海外展開手法	1			1	
	134	アニメコンテンツマネジメント	2			2	
	135	キャラクタービジネスマネジメント	2			2	
	136	デジタルコンテンツ技術変革論	2		９科目中４科目４単位以上を取得	2	必修選択から４単位以上
	137	ポストプロダクション先端技術演習	2			2	
	138	クロスメディア演習	2		９科目中４科目４単位以上を取得	2	必修選択から４単位以上
	139	ヒットコンテンツ事例研究	2			2	
	140	ヒットプロデュース能力開発演習Ⅱ	2			2	
研究科目	142	修了課題制作	2	2			2単位
	500～	ゼミ（＊1 年目）	3～9		２ゼミ６単位以上取得		ゼミから２科目６単位以上
		ゼミ（＊2 年目）	3～9				
必修、必修選択から修得が必要な単位数の合計							１４単位
修了要件単位数（修了に必要な総単位数）							４０単位

＊１　１年間で履修できる上限単位数は３０単位です
＊２　通算で認められる上限修得単位数は６４単位までです

④コンテンツディレクタープログラム（1年制）

科目区分	科目番号	科目名	単位	必修	必修選択	選択	要習得単位数
基礎科目	102	ｺﾝﾃﾝﾂﾋﾞｼﾞﾈｽにおけるｺﾝﾌﾟﾗｲｱﾝｽ	2	2			2
	103	デジタルコンテンツ産業概論	2			2	
	104	新IT産業論	2			2	
	105	通信と放送の融合の中でのITビジネス論	2			2	
	106	シネマ学	2			2	
	107	WEBメディア論	1		9科目中4科目4単位以上を取得		必修選択から4単位以上
	108	事業計画手法	1				
	109	デジタルグラフィックス表現演習Ⅰ（WEB）	2			2	
	110	デジタルグラフィックス表現演習Ⅱ(Maya)	2			2	
	111	WEBプログラミング演習(PHP)	2			2	
	112	映像演出	2			2	
実践基礎科目	113	ビジネスモデル演習	1			1	
	114	インターネットマーケティングA	1			1	
	115	ｲﾝﾀｰﾈｯﾄﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞにおけるﾃﾞｰﾀ分析基礎	1			1	
	116	コンテンツプロデューサーの為の会計･財務	1			1	
	117	コンテンツビジネス法務･財務	1			1	
	118	映画製作におけるファイナンスとリクープ	2			2	
	119	デジタル映像表現手法	2		9科目中4科目4単位以上を取得		必修選択から4単位以上
	120	映像監督のストーリー演習	2		9科目中4科目4単位以上を取得		必修選択から4単位以上
	121	ITソリューション導入手法	2		9科目中4科目4単位以上を取得		必修選択から4単位以上
	122	WEBコンテンツ編集	1		9科目中4科目4単位以上を取得		必修選択から4単位以上
	123	映像プロデュース	2			2	
	124	コンテンツメディア･プロダクション	2		9科目中4科目4単位以上を取得		必修選択から4単位以上
	125	WEBプロデュースⅠ（制作）	2		9科目中4科目4単位以上を取得		必修選択から4単位以上
	126	WEBプロデュースⅡ（システム）	2			2	
	127	WEBプロデュースⅢ（企画･営業）	2			2	
	128	モバイルビジネス実践	2			2	
	129	ベンチャーキャピタルビジネス論	1			1	
応用展開先端科目	130	インターネットビジネスコンサルティング	2			2	
	131	ｲﾝﾀｰﾈｯﾄﾏｰｹﾃｨﾝｸにおけるｱｸｾｽ解析実践	1			1	
	132	キャラクターマーケティング	2			2	
	133	コンテンツ海外展開手法	1			1	
	134	アニメコンテンツマネジメント	2			2	
	135	キャラクタービジネスマネジメント	2			2	
	136	デジタルコンテンツ技術変革論	2		9科目中4科目4単位以上を取得	2	必修選択から4単位以上
	137	ポストプロダクション先端技術演習	2			2	
	138	クロスメディア演習	2		9科目中4科目4単位以上を取得	2	必修選択から4単位以上
	139	ヒットコンテンツ事例研究	2			2	
	140	ヒットプロデュース能力開発演習Ⅱ	2			2	
研究科目	141	特ゼミ	10	10			10
	142	修了課題制作	2	2			2単位
	500～	ゼミ（＊1年目）	3～9		1ゼミ3単位以上取得		ゼミから3科目単位以上
		ゼミ（＊2年目）	3～9				
必修、必修選択から修得が必要な単位数の合計							21単位
修了要件単位数（修了に必要な総単位数）							40単位

＊1　1年間で履修できる上限単位数は42単位です。
＊2　通算で認められる上限修得単位数は64単位までです

3．成績評価基準について

本学の成績評価は、一般科目（基礎科目、実践基礎科目、応用展開先端科目研究科目）においては、各科目ごとに設定された「到達目標」に対しての達成度を、またゼミ（研究科目）ではアウトプットや参加態度を、5段階（S～D）であらわす形式となっております。採点は原則として下記表中の「基準となる採点方法」に従って行われ、「授業内課題」、「参加態度」等の採点項目の合算値によって決定しています。ただし、科目によっては独自の方法や項目を設定している場合もございますので、必ずシラバスを参照してください。

科目区分	科目内容	基準となる採点方法
基礎科目	デジタルコンテンツマネジメントを遂行するために必要な、変化に対応できる基礎的な知識、技能、基本となるヒューマンスキル、倫理を培うことを目的とする科目	授業内課題+最終課題→７０点、参加態度→３０点、 出席率５０％以下は評価外 （出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）
実践基礎科目	コンテンツのディレクションまたはプロデュースに特化した実務についての専門的な知識を理論的に理解することを目的する科目	授業内課題+最終課題→８０点、参加態度→２０点、 出席率３０％以下は評価外 （出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）
応用・展開・先端科目	デジタルコンテンツの進化に対応できる、応用的、展開的、先端的な、深い専門知識を修得することを目的とする科目	授業内課題+最終課題→９０点、参加態度→１０点、 出席率３０％以下は評価外 （出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）
研究科目（ゼミ）	デジタルコンテンツマネジメント領域における実務研究を行うための専門知識を習得するための科目	授業内課題＋最終課題→６０点　参加態度→４０点 出席率５０％以下は評価外 （出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）

評価ランク	点数	備考
S	91-100	履修者数の０～１０％程度
A	81-90	―
B	71-80	―
C	61-70	―
D	-60	単位認定不可

注意
評価ランクは院生個々人の到達目標に対する達成度をあらわすもので、原則として各ランクごとの人数が決っているわけではありません。ただし、上記のように「S」に関しては、履修者中、特に優れた方にのみ適用されるものとし、人数の目安が定められています。

4. 施設･設備

■秋葉原メインキャンパス（ダイビル）
開館時間→ 平日10:00～23:30 土曜10:00～21:00 日曜10:00～18:00
事務局受付時間→ 平日12:00～22:00 土曜10:00～20:00 日曜10:00～17:00

･研究室
大学院専用のスペースとして、図書閲覧、ホームページ、ビデオ、DVDなどのメディア閲覧、また、作品制作やミーティングなどの用途にもご利用いただけます。使用可能時間は平日10時～23時、土曜10時～20時、日曜10時～18時です（21時以降入館時は入館証が無いと入館できません）。ただし、届出によりオールナイト使用は可能です。その際は、当日23時までに事務局にて申請して下さい。

①制作機材とアプリケーション
PC
Windows/ Macintosh
アプリケーション
- Adobe ：Photoshop/Illustrator/ Premiere/ After Effects
- Macromedia ：Dreamweaver/ Fireworks/ Flash
- Microsoft office ：excel/word/power point
- Apple Final Cut/ DVD Studio/ Motion
- Maya
- 3dsmax

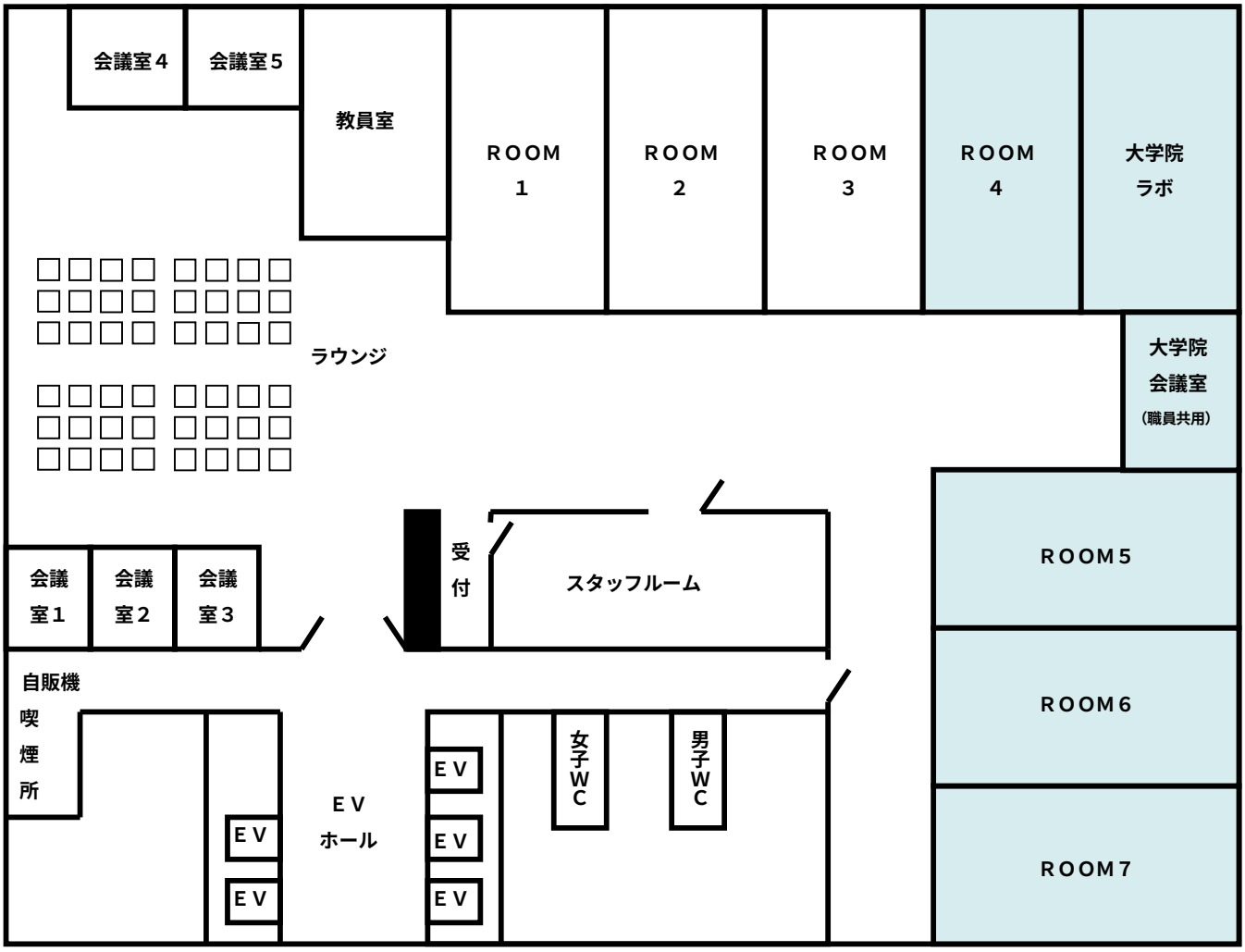
<注意>
※PC機種、アプリケーションの種類、その他機材の種類については、変更する場合がございます。
※各PCによって使用できるアプリケーションの内容を変更する場合がございます。

②その他機材

- ＤＶカメラ（レンタル用、常設用。使用される場合は、施設予約をお願いいたします）
- ビデオ（常設用）
- ＤＶＤ（常設用）
- テレビ（常設用）
- ブルーバック
- 照　明
- その他

機材についての詳細は
http://210.188.228.181:10080/cgi-bin/dnet/xdoc.cgi?folder=282&page=docindex&doctmpm=1&fldsort=&order=
をご覧ください。

・教室（ＲＯＯＭ１～７：収容人数３０名程度）
講義・ゼミ科目の授業を行う目的でご利用いただく施設です。院生のみなさまがメインで使用するのはＲＯＯＭ４～７になります。また、ＲＯＯＭ１～４と５～７はそれぞれ連結してひとつの教室として利用することがあります。なお、平日夜、土日など、空き教室、会議室はミーティングスペースとして開放することも可能です（予約制）。予約時は gs@dhw.co.jp までメールにてお問い合わせください。



＊ダイビル略図

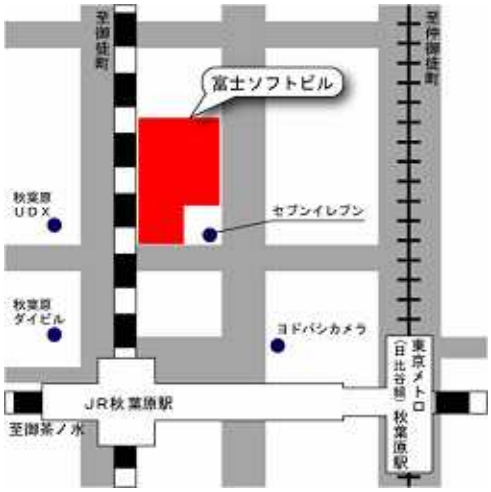
■セカンドキャンパス（ダイドーリミテッドビル６F） ＝図書館
開館時間→ 平日10：00～21：00 土曜10：00～18：00 日曜 閉館

・図書館の利用詳細については別途ご案内いたします。

■サードキャンパス（富士ソフトビル１１F）＝演習室
制作系の演習授業を行う目的で、ご利用いただく施設です。デジタルグラフィックス表現演習等の PC 演習履修者は、授業及び、その他定められた時間にて使用できます（予約制）。制作機材とアプリケーションは基本的に研究室と同様を予定しています。

※基本的にデジタルグラフィックス表現演習等の PC 演習履修者のみ利用可能です。
※ＰＣ機種、アプリケーションの種類、その他機材の種類については、変更する場合がございます。
※各ＰＣによって使用できるアプリケーションの内容を変更する場合がございます。

富士ソフトビル地図詳細



■八王子制作スタジオ
長期に渡る制作活動や一部のゼミなどでご使用使用します（要事前予約。使用時には事務局までお問い合わせください）。

住所　　東京都八王子市松が谷1番地

交通　　多摩都市モノレール「松が谷駅」徒歩1分
京王線「多摩センター駅」徒歩 10 分
小田急線「多摩センター駅」徒歩 10 分

5．授業･行事日程について

(1) 授業期間

①学期 (トライメスター)

本学では、一部の科目を除き年間3学期制 (トライメスター制) を導入しております。
それぞれのトライメスター期間は以下のとおりです。

1年		
第1トライメスター 4月･5月･6月･7月	第2トライメスター 8月･9月･10月･11月	第3トライメスター 12月･1月･2月･3月

今年度の各トライメスター期間は以下のとおりで、トライメスター間は基本的に休講期間となります。

- **第1トライメスター　4/13 (金) ～7/29 (日)**
- **第2トライメスター　8/4 (土) ～11/12 (月)**
- **第3トライメスター　11/26 (月) ～3/10 (月)**

※一部の科目についてはトライメスターをまたいでの開講になりますが、その場合でもトライメスター間は基本的に休講となります。
※1科目についての講義回数は、基本的には12回となります。(試験含む)

②時間割

基本的に以下のルールに基づいています。

	1限	2限	3限	4限
月曜～金曜	19:00～21:00	21:15～23:15	―	―
土曜、日曜	10:00～12:00	13:00～15:00	15:30～17:30	18:00～20:00

＊　**一部ゼミについてはこの限りではありません**

(2) 2007年度入学者用行事日程(予定)

日程	内容	時間	対象
4月13日(金)	第1トライメスター授業開始	19時	全員
4月15日(日)	アクティブラーニングガイダンス	10時～	第1T新入生
4月20日(金)	06年度修了式　および懇親会	19時	対象者
4月28日(土)～5月6日(日)	春季休校期間	―	―
4月27日(金)	第1トライメスター履修費納入締切	―	―
7月22日(日)	第2トライメスター履修登録締切	24時	全員
	アクティブラーニングガイダンス	10時～	第2T新入生
8月1日(水)	第2トライメスター履修科目決定・通知	21時頃迄	全員
8月　4日(土)	第2トライメスター授業開始	―	―
8月14日(火)～8月19日(日)	夏季休校期間	―	―
8月28日(火)	第1トライメスター単位認定・通知	18時～	全員
9月14日(金)	第2トライメスター履修費納入締切	―	―
11月10日(土)	アクティブラーニングガイダンス	10時～	第3T新入生
11月11日(日)	デジフェス	13時～	全員
	第3トライメスター履修登録締切	24時	全員
11月19日(月)～11月25日(日)	秋季休校期間	―	―
11月22日(木)	第3トライメスター履修科目決定・通知	21時頃迄	全員
11月26日(月)	第3トライメスター授業開始	―	―
12月19日(水)	第2トライメスター単位認定・通知	18時～	全員
12月27日(木)～1月4日(金)	冬季休校期間	―	―
1月15日(火)	第3トライメスター履修費納入締切	―	―
	修了課題テーマ最終登録登録	24時	対象者
2月16日(土)	ビジネスプラン発表会	13時～	1年制
3月　7日(金)	修了課題提出締切	18時迄	対象者
3月28日(金)	通期単位認定(修了認定)・通知	18時～	全員
4月18日(金)	07年度修了式　および懇親会	19時	全員

上記スケジュールはあくまで予定です。日程、内容については変更のあるなしに関わらず直近でご案内いたします。

6． 受講上の 注意事項

⑴ 出欠について

1. 出欠確認は、すべて授業後のエバリエーション（教員評価）シートの（＝以下「ES」）提出を持ってかえさせていただいております。ES は授業開始時に授業に出席していた人にのみ、GW トップページの「アンケート」欄に届きますので、授業終了後４８時間以内に必ずご回答下さい。ご回答頂けませんと欠席扱いになりますのでご注意下さい。
2. 遅刻の可能性がある場合は授業開始１時間前までに事務局に連絡してください（電話：03－5297－5797　メール：gs@dhw.co.jp）。
3. 事前連絡があっても１時間以上の遅刻は欠席として扱います。
4. 事前連絡無く遅刻した場合は欠席として扱います。
5. 事前連絡の有無を問わず、遅刻３回で欠席扱いとなります。
6. 基本的に各講義はビデオ撮影を行っていますので、欠席された場合は後日 DVD（以下メディア補講）での視聴が可能です。ただし、メディア補講をされても出席扱いにはなりませんのでご注意下さい。
7. 最新の日程は GW のスケジュールに UP していきますが、急な変更等に対応できない場合もございます。特に欠席した次の授業のスケジュールや課題については、ML で他のメンバーに確認したり、教員や事務局に問い合わせたりするなど、必ずご自身の責任で情報収集をしてください。
8. ２０時以降入室の場合は、「授業の感想」欄に「遅刻」と記入し自己申告してください。事務局でも２０時以降教室で出席の点検をするなど、定期的に教室に入りチェックし ES の記載内容と出席状況を照合いたします。度重なる申告漏れがあった場合にはペナルティが課せられることもございますのでご注意下さい。
9. ゼミについては ES を設けておりません。ゼミの出欠については「⑹ ゼミについて」をご覧下さい。
10. 受講の際には各授業のシラバスをよく確認してください。また、受講期間中に日程の改定が入る場合もあります。予めご了承ください。
11. 履修科目以外の科目への出席はできませんのでご注意下さい。

⑵ グループウェア、メールでのコミュニケーションに関して

1. 本学では、院生、教員、スタッフによるグループウェア（http://210.188.228.181:10080/cgi-bin/dnet/dnet.cgi?　以下 GW）を、ご用意しております。こちらは Web 上で履修届提出、スケジュール管理、エバリエーション（教員評価兼出欠確認）、レポート提出、授業資料管理、データ管理等にご活用頂けますので、積極的にご活用下さい。
2. 同様に「Yahoo! グループ」を公式な院生用ＭＬとして使用しております。事務局スタッフを管理人とした「Yahoo! グループ」を設定し、メールによるコミュニケーションを行っていきますので、皆さん積極的に利用してください。主な ML は以下のとおりです（「Yahoo! グループ」詳細→　http://groups.yahoo.co.jp/　）

	ML 名	登録者	用途
1	GW_info@yahoogroups.jp	院生、スタッフ	事務局から院生全体へ連絡する際に使用します。この際、GW のインフォメーションにも同内容が掲示されます
2	student-gs@yahoogroups.jp	院生、スタッフ	院生が院生全体に連絡をする際に用います。事務局宛のお問い合わせには使用しないでください
3	alldhgs@yahoogroups.jp	院生、教員、スタッフ	院生、教員、スタッフなど大学院に関連する方がすべて登録されています。これらの方全員に有益な情報をお知らせする場合にのみご利用下さい。
4	xxxxx@yahoogroups.jp	院生、担当教員、スタッフ	各科目ごと、プロジェクトごとの ML です。クラス内、参加者内での連絡に利用してください。授業用の場合は各トライメスターで履修者が決定した時点で、プロジェクトの場合は参加者が決定した時点で作成されます（例：Wproduce1_06@yahoogroups.jp）。

3. 事務局から院生全体への連絡は基本的に GW トップの掲示板と GW_info@yahoogroups.jp という ML にてご案内いたしますので毎日メールチェックを行うように習慣づけてください。

4. GW へのログインのために、皆さん固有の ID とパスワードを発行します。こちらは皆さんの責任で、管理してください。万が一、本人以外が使用するなど、不正利用があった場合は、学則第 43 条 3 の ⑶「本学院の秩序を乱し、その他学生としての本分に反した者」に該当するとみなし、放学処分とさせていただく場合がございますので十分ご注意下さい。
5. 上記、GW、ML に登録されるメールアドレスには、入学手続用紙に記載されているもの等、事前に確認させて頂いた物を使用させていただきます。こちらは院生の皆さんに公開されます。
6. 上記アドレスは別紙「GW の使用方法」の「メールアドレスの公開・変更」を参照の上、GW 上で「メールアドレスの公開」の作業を行ってください。
7. GW や ML の利用にあたっては、他人を誹謗中傷しないなどの基本的な基本的なマナーを守るようにして下さい。
   <参考>「メーリングリストのマナー」→ http://www.puni.net/~mimori/manner/manner.html

⑶ 教育手法

本学の講義では、羽根教員の主催するアクティブ・ラーニングの手法を取り入れた統一的な教育手法の使用を推奨しております。この手法をマスターしていただくために、原則として入学時に「アクティブ・ラーニング（学ぶ技術）」ガイダンスを必ず受講してください。

⑷ 授業時のノートパソコンの活用について

1. 本学の授業では、ディスカッション、企画、プレゼンテーションなどが多く行われますので、なるべくノートパソコンをご準備ください。
2. 教室、研究室に設置してあるマシンに接続されている LAN ケーブルをご自分の PC に接続することは禁止です。
3. PC には必ずウイルス対策ソフトをインストールしてください。
4. 無線ＬＡＮのID＆ＰＷは定期的に変更します。その都度メール、GWにてご案内いたします。
   ＊２００７年3月末日時点の ID : dhfs_u　Password : mtks@35i

⑸「学生証」と「入館証」について

1. 入館時には、校舎に関わらず「学生証」と「入館証」をストラップにいれ、必ず着用して下さい。セキュリティの関係上、忘れた場合はビル警備係から入館を拒否されることがあります。また、２１時以降は入館できません。
2. ダイビル入館証は初回授業にてみなさんに配布予定です。
3. 富士ソフトビル入館証は富士ソフトビルを利用する授業を履修した者にのみ、貸し出しいたします。授業期間終了後に回収いたしますのでご了承ください。
4. 入館証配布に当たっては誓約書にご記入いただきます。

⑹ ゼミについて

ゼミでは「実践的なアウトプット」を残すことを重要視しております。そこで院生のみなさんがゼミに積極的に参加できるよう、そしてそれに対し我々事務局が計画的なサポートができるよう、ゼミ長の選出、日報の提出等、独自の運営体制をとっております。詳しくは GW の文書管理>授業関連>ゼミ>ゼミ運営ルール.ppt をご覧下さい。

⑺ 飲食について

1. 下記以外の場所、時間では飲食することができませんのでご注意下さい。特にマシン保護の観点から、研究室のＰＣ席、富士ソフトビル教室内での飲食は固くお断りいたしております。ご協力下さい。

⑻ 喫煙について

1. 各校舎とも、喫煙スペースでのみ喫煙可能です。
   千代田区は路上喫煙禁止区ですので、ご注意ください。
   「千代田区生活環境条例」 http://www.poisute.com/

⑼ 私物の保管について

1. 教室内に私物を置いたままにしないで下さい。(発見されたものは「忘れ物」として一定期間大学院事務局にてお預かりしますが、一定期間が経ったものは処分させて頂きますのでご注意ください。)
2. 退室の際は身の回りをよく確認してください。定期的にスタッフが巡回しているわけではありませんので、教室内の忘れ物に関しては保証いたしかねます。十分ご注意ください。

⑽ 教室の入退室に関して

1. 当学では、教室をいくつかの時間帯に分けて使用しています。みなさんの授業の後に、次の授業が入っている場合もありますので、授業後は速やかに退出願います。

⑾ 個人情報の変更について

1. メールアドレス、住所、連絡先に変更があった場合、GW のワークフローから「個人情報変更連絡届」をご提出下さい。

7. 大学院事務局・研究室の利用について

⑴ PC の利用について

1. デスクトップにあるデータは全て定期的に消去します。各自責任を持ってデータ保管を行ってください。

⑵ 備品の貸し出しについて

1. DV カメラなど機材や各種ライブラリーは皆さんの共有物なので大切に扱って下さい。 万が一、破損をした場合は、必ずスタッフに報告して下さい。 破損させた方が明確な場合、修理代金(実費)をご請求させていただきます。取り扱いには十分ご注意ください。
2. 貸し出し、返却に関しては、必ず本人が対応して下さい。 学生証の提示が必要となります。
3. 校外での撮影にあたっては、関係各所への必要な届出はかならず行ってください。また危険な場所や、認められていない場所での撮影等は決して行わないでください。万が一、事件事故に巻き込まれた場合、本学では一切責任をおいません。

⑶ メディア補講に関して

1. 講義は基本的にビデオ撮影を行っています。研究室にて欠席講義日の翌々日から3F研究室のPCでの視聴が可能です。
2. ゼミおよび、一部の講義につきましては撮影しませんのでご注意下さい。また、それ以外の講義でも、諸事情により、メディア補講が出来ないものがありますので、予めご了承ください。(例:プレゼンテーション、グループワークなどの発表型の授業、講師の事情によって撮影不可のもの、機器の不良など。)
3. 視聴可能な場所は、研究室のみとなります。メディア等を校外に持ち出すことは出来ませんのでご注意ください。
4. 本学講義は出席を前提としております。そのため、当システムはあくまで補助的なサービスになります。
   録画データのクオリティに関しては、必ずしも講義内容の理解に耐えうるレベルをお約束するものではありませんのでご了承下さい。

(4) 図書館利用について

セカンドキャンパス (ダイドービル6F) で図書、雑誌、DVD などを利用できます。 ルールを守り、活用してください。

1.資料の利用について

図書	雑誌・新聞	DVD
2 週間 3 冊まで貸出可能	秋葉原セカンドキャンパス 内での利用のみ	秋葉原セカンドキャンパス 内での利用のみ ※要貸出手続き

＜図書の利用＞

開館時間内であれば、自由に閲覧できます。館外への持ち出しの場合は貸出・返却処理が必要です。

※図書付属の CD-ROM はカウンターにて貸出します。

※「禁退出」ラベルの貼ってある資料は貸出できません。館内でのみ利用してください。

＜DVD の利用＞

貸出・返却処理が必要です。著作権保護のため、秋葉原キャンパス内での個人視聴に限られます。

各自所有の DVD 対応 PC とヘッドフォンを使用して閲覧してください。

＜新聞・雑誌の利用＞

開館時間内であれば、自由に閲覧できます。利用後はすみやかに元の場所に戻してください。

開架書架にないバックナンバーの閲覧を希望する場合は、受付までお越しください。

2.貸出・返却の手続き

＜貸　出＞

図書：図書と学生証を持って、カウンターまでお越しください。

DVD：資料の空ケースと学生証を持って、カウンターまでお越しください。

＜返　却＞

必ず、返却期限までに、資料を借りたキャンパスへ返却してください。

図書：返却資料を持って、カウンターで返却処理をします。

※貸出期限日が休館日に当たる場合は、期日翌日までに返却してください。

DVD：貸出当日 21:30 (土曜日は 16:30) までに、カウンターで返却処理をし、ケースを元の位置へ戻します。

3.レファレンスサービスについて

カウンターにて、資料の検索・入手・閲覧などについての相談や質問を受け付けます。

4.注意

・資料利用時の飲食を禁じます。

・図書館の資料、設備機器は大切に扱ってください。

・資料を汚損・破損、紛失した場合は弁償を申し付けます。

・貸出した資料は、借りた人が保管の責任を負い、転貸してはいけません。

・資料の利用については、法律を遵守してください。

＊2006年度末までのルールです。こちら随時更新いたしますのでご注意ください。

8． 教員について

1. 本学教員は実務家の方がほとんどです。必ずしも常勤ではありませんので、コミュニケーションが必要な場合は、ML や GW もご活用下さい。また、質問等に関しても、そのときの教員の状況をご理解いただいた上で行って頂けます様、ご協力お願いいたします。
2. 教員評価（エバリエーションシート）について
   当学では、教員評価の為、授業終了後にグループウェア上からエバリエーションシートの提出を義務付けています。出席確認もかねていますので、授業終了 48 時間以内にご記入をお願いたします。提出されない場合は、出席と認められませんのでご注意下さい（P14「出欠について」参照）。

9． ソフトウェアについて

1. 違法コピーは、著作権法違反の刑事罰の対象に当たりますので、ご注意ください。
2. 自分自身でコピーしたのでなくても、コピーであることを知りながらそのソフトウェアを使用することも侵害行為とみなされ、刑事罰の対象となりますのでご注意ください。
3. ソフトウェアの商業利用について
   教室にインストールされているソフトウエアは「アカデミック版」と呼ばれるもので、原則商業目的の利用が制限されています。授業や予習復習、あるいはデジハリが企画するプロジェクト（OJT など）での目的以外では使用しないで下さい（但し Adobe 社製品に関しては商用利用も可能です）。
4. ソフトの学生版の購入について
   在学期間に限り、NEXUS サイトのデジハリストアにて申し込むことが可能です。詳細はサイトをご覧ください。
   http://nexus.dhw.co.jp/

＊こちらへのログインするには ID＆PW が必要です。こちらは 5 月以降ご連絡させて頂きます。

10．各種証明証の 発行について

本学では、在学証明書、修了予定証明書、納入証明書、成績証明書等の各種証明書を発行しております。

1. 必要な方は別紙「GW の使用方法」の「申請確認依頼」を参照の上、発行願を提出してください。
2. 認可がおりましたら院事務局にてお渡しいたします。なお、事務手数料として 300 円が必要です。
3. 発行には申請から2日ほどかかりますのであらかじめご了承ください。

11．奨学金、教育訓練給付金について

1. 本学に在学する院生で学長の推薦を受けた奨学金申込者については、独立行政法人学生支援機構が選考の上、採否を決定します。
2. 奨学金には現在、事実上、第一種奨学金（無利息）と第二種奨学金（利息付）の 2 種類があります。
3. 申込手順としてはまず、希望される皆さんから「確認書」をご提出頂くと、申込用 Web サイト「スカラネット」にログイン出来るパスワードを提示させて頂きます。そこからスカラネット上で必要項目をご記入いただき、審査を待つことになります。
4. 採用された場合には、7月から貸与が開始される予定です。
5. 2006年度入学生から、教育訓練給付金が適用になりました。
6. 奨学金、教育訓練給付金ともに、詳しくは下記日程で開催予定の説明会にてご説明いたしますので、ご予約の上、ご参加下さい。

奨学金･教育訓練給付金説明会　日程が決まり次第、インフォメーションいたします

＊　予約に当たっては「説明会参加希望　□□□□（学籍番号）　○○○○（氏名）」としたメールを gs@dhw.co.jp までご送付下さい。
＊　日時、会場変更の場合は別途ご連絡させて頂きますのでご了承下さい。

12. 履修手続きについて

履修登録に際しては、シラバス、ガイドブックほか各種配布資料を参照の上、自己責任にて行ってください。万が一、履修ミスによる単位数不足等が発覚しましても、本学では責任を負いかねますのでご了承下さい。

13. 学費について

別紙「学費納入規定」をご覧下さい（2007年度版は現在更新中）。
保存場所：GW の文書管理　院生用>学則・学位>学費納入規定
履修科目決定後、事務局事務局より請求書を送付させていただきますので、それに記載されている期日までに指定の口座にご入金ください。

14. 各種問い合わせ窓口について

1）事務局窓口（口頭又はメール＜gs@dhw.co.jp>
学校全般に関するご意見は基本的にこちらにお願いします。

2）ＥＳシート又は教員（口頭又はメール）
授業内容に関するご意見は基本的にこちらにお願いします。重要度の高いものは直接教員に口頭でお伝えください。

3）セメスター終了時アンケート
時間的に急ぐ内容ではないご意見はこちらにお願いします。内容は月例の教員会議にて公表し改善の検討を行います。

4）ご意見メール＜goiken@dhw.co.jp＞
重要なご意見・クレームはこちらにお願いします。学長、担当取締役、担当執行役員、社長にダイレクトに配信され、内容に応じて対応をさせて頂いております。

更新履歴

07 年 06 月 03 日　14 ページ　　2T および3T の学費納入締切日を変更
07 年 07 月 26 日 5〜8 ページ　修得単位数の上限についての記載を追加
07 年 09 年 06 日 5〜6 ページ　選択必修科目の記述を訂正

資料３ デジタルハリウッド大学院
２００７年度シラバス

２００７年１０月１日
（秋葉原メインキャンパス）

はじめに

シラバスは各授業の概要やスケジュール、履修方法を把握し、本学のカリキュラムを理解するためのものです。
記載内容を熟読し、履修登録時のみならず、常に学院生活に役立てるように心がけてください。

開講期間について
本学はトライメスター制（3学期制）をとっております。
・第1トライメスター　4/13（金）～7/29（日）
・第2トライメスター　8/4（土）～11/12（月）
・第3トライメスター　11/26（月）～3/10（月）
一部科目を除き、トライメスター間は基本的に授業を行いません。

時間割について
平日：1限→19時～21時　2限→21時15分～23時15分
土日：1限→10時～12時　2限→13時～15時　3限→15時30分～17時30分　4限→18時～20時
＊科目によっては上記時間割設定と異なるものがございます。

ゼミの授業時間と回数について
ゼミはひとつのトライメスター内で実施するものと、いくつかのトライメスターにまたがって実施するものとがあります。
実施期間や時間に応じて単位数が変動していますので、ゼミの単位数には特に注意してください。

履修登録上の注意
・「履修条件」の記載がある科目についてはその内容を確認の上、履修登録してください。
　条件を満たさない場合には履修登録できないこともございます。

・履修希望者が多数の場合は、教員の判断により、面談、抽選、試験等により調整いたします。
　また、そういった調整が入った場合、当初定めた履修科目通達日には履修の可否を連絡できない場合があります。
　あらかじめご了承下さい。

・履修希望者が極端に少なく、十分な教育効果が得られないと教員が判断した場合は、開講しない場合があります。

・本学ではトライメスターごとに履修登録を行っており、その都度、学費を納入していただいております。この際、前学期の
　学費を滞納、未納された方は履修登録ができないことがあります。

・2年制でご入学された方が1年間で履修できる単位数の上限は30単位です。

その他注意事項
・授業の日程、内容は業界動向、履修者属性等により変更になる場合があります。事務局や教員からの連絡にご注意
　下さい。特にゼミに関しては、研究の進行状況により日程の変更が頻繁に発生することもありますので、教員や院生
　と綿密なコミュニケーションをとり、実施スケジュールには十分ご注意下さい。

・PCを使用する演習科目では科目の内容や期間に応じて「教材費」が別途必要になります。シラバスをご確認ください。

成績評価について

本学の成績評価は、一般科目（基礎科目、実践基礎科目、応用展開先端科目研究科目）においては、各科目ごとに設定された「到達目標」に対しての達成度を、またゼミ（研究科目）ではアウトプットや参加態度を、5段階（S～D）であらわす形式となっております。採点は原則として下記表中の「基準となる採点方法」に従って行われ、「授業内課題」、「参加態度」等の採点項目の合算値によって決定しています。ただし、科目によっては独自の方法や項目を設定している場合もございますので、必ずシラバスを参照してください。

科目区分	科目内容	基準となる採点方法
基礎科目	デジタルコンテンツマネジメントを遂行するために必要な、変化に対応できる基礎的な知識、技能、基本となるヒューマンスキル、倫理を培うことを目的とする科目	授業内課題+最終課題→７０点、参加態度→３０点、出席率５０％以下は評価外（出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）
実践基礎科目	コンテンツのディレクションまたはプロデュースに特化した実務についての専門的な知識を理論的に理解することを目的する科目	授業内課題+最終課題→８０点、参加態度→２０点、出席率３０％以下は評価外（出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）
応用・展開・先端科目	デジタルコンテンツの進化に対応できる、応用的、展開的、先端的な、深い専門知識を修得することを目的とする科目	授業内課題+最終課題→９０点、参加態度→１０点、出席率３０％以下は評価外（出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）
研究科目（ゼミ）	デジタルコンテンツマネジメント領域における実務研究を行うための専門知識を習得するための科目	授業内課題＋最終課題→６０点　参加態度→４０点　出席率５０％以下は評価外（出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）

評価ランク	点数	備考
S	91-100	履修者数の０～１０％程度
A	81-90	ー
B	71-80	ー
C	61-70	ー
D	-60	単位認定不可

注意

評価ランクは院生個々人の到達目標に対する達成度をあらわすもので、原則として各ランクごとの人数が決っているわけではありません。ただし、上記のように「S」に関しては、履修者中、特に優れた方にのみ適用されるものとし、人数の目安が定められています。

科目一覧

科目区分	学習領域	科目NO	科目名	単位数	頁
基礎科目	ｺﾝﾃﾝﾂﾋﾞｼﾞﾈｽに携わる人材に必要なｽｷﾙと倫理	102	ｺﾝﾃﾝﾂﾋﾞｼﾞﾈｽにおけるｺﾝﾌﾟﾗｲｱﾝｽ	2	6
	ｺﾝﾃﾝﾂﾋﾞｼﾞﾈｽ・産業構造・歴史・未来	103	デジタルコンテンツ産業概論	2	7
		104	新ＩＴ産業論	2	8
		105	通信と放送の融合の中でのＩＴビジネス論	2	9
		106	シネマ学	2	10
	IT時代のメディア	107	ＷＥＢメディア論	1	11
	ビジネスプランニング	108	事業計画手法	1	12
	コンテンツ基本表現手法	109	デジタルグラフィックス表現演習Ⅰ（ＷＥＢ）	2	13
		110	デジタルグラフィックス表現演習Ⅱ(Ｍａｙａ)	2	14
		111	ＷＥＢプログラミング演習(ＰＨＰ)	2	15
		112	映像演出	2	16
実践基礎科目	ビジネスプランニング	113	ビジネスモデル演習	1	18
	マーケティング	114	インターネットマーケティングＡ	1	19
		115	ｲﾝﾀｰﾈｯﾄﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞにおけるﾃﾞｰﾀ分析基礎	1	20
	会計・税務	116	コンテンツプロデューサーの為の会計・財務	1	21
	法務・財務	117	コンテンツビジネス法務・財務	1	22
	資金調達	118	映画製作におけるファイナンスとリクープ	2	23
	アートディレクション	119	デジタル映像表現手法	2	24
	ストーリーディレクション	120	映像監督のストーリー演習	2	25
	テクニカルディレクション	121	ＩＴソリューション導入手法	2	26
	エディトリアルディレクション	122	ＷＥＢコンテンツ編集	1	27
	制作マネジメント	123	映像プロデュース	2	28
		124	コンテンツメディア・プロダクション	2	29
		125	ＷＥＢプロデュースⅠ（制作）	2	30
		126	ＷＥＢプロデュースⅡ（システム）	2	31
		127	ＷＥＢプロデュースⅢ（企画・営業）	2	32
	モバイルビジネス	128	モバイルビジネス実践	2	33
	ベンチャーキャピタル	129	ベンチャーキャピタルビジネス論	1	34
応用展開先端科目	インターネットビジネスマネジメント応用	130	インターネットビジネスコンサルティング	2	36
		131	ｲﾝﾀｰﾈｯﾄﾏｰｹﾃｨﾝｸにおけるｱｸｾｽ解析実践	1	37
	コンテンツビジネスマネジメント応用	132	キャラクターマーケティング	2	38
		133	コンテンツ海外展開手法	1	39
		134	アニメコンテンツマネジメント	2	40
		135	キャラクタービジネスマネジメント	2	41
	先端制作技術研究	136	デジタルコンテンツ技術変革論	2	42
		137	ポストプロダクション先端技術演習	2	43
		138	クロスメディア演習	2	44
	総合展開	139	ヒットコンテンツ事例研究	2	45
		140	ヒットプロデュース能力開発演習Ⅱ	2	46
研究科目	１年短縮対象者のみ共通ゼミ	141	特ゼミ	10	48
	必修	142	修了課題制作	2	49
		143	プロジェクト科目	1～2	-
	情報メディア・ネットワーク分野ゼミ	501	三淵ゼミ	6	50
		502	川井ゼミ	6	51
		503	西尾ゼミ	3	52
	情報経済分野ゼミ	504	起業ゼミⅠ	3	53
		505	起業ゼミⅡ	3	54
		506	起業ゼミⅢ	3	55･56
		507	加藤ゼミ	3	57
		508	荻野ゼミ	3	58
		509	平山ゼミ	6	59
		510	島田ゼミ	3	60
		511	吉村ゼミ	3	61
		512	羽根ゼミ	3	62
		513	リクルートゼミ	3	63
		514	森川ゼミ	3	64
	情報芸術分野ゼミ	515	山本ゼミ	9	65
		516	久里ゼミⅠ	4	66
		517	久里ゼミⅡ	3	67
		518	木村ゼミ	3	68
		519	飯田ゼミ	6	69
	情報文化分野ゼミ	520	吉田ゼミ	3	70
		521	児玉ゼミ	3	71

基礎科目

102　基礎科目

コンテンツビジネスにおけるコンプライアンス

●単位：2単位
●履修区分：プログラム共通 必修
●履修年次：1・2年次
●時間割：6/18開講 第1トライメスター～第2トライメスター月曜1限
●定員：60名

担当教員
鈴木知幸

授業概要
コンテンツビジネスの遂行に際しては、コンテンツの権利者を始め、多様な関係者の法的権利に十分に配慮し、これを尊重すべきことはいうまでもない。特に、今日ではインターネットを初めとするIT技術の飛躍的進展に伴い、コンテンツを巡る権利関係は、多様化、複雑化する傾向にあり、それに関連する法制定、法改正が毎年のようになされるとともに、重要な裁判例も続出している。
このような状況下において、いかなるコンテンツについて、誰の、どのような法的権利が問題になり得るか、権利処理をどのように行うか、等について、基本的な理解を有しないままにビジネスを遂行すると、ひいては、ビジネス自体に致命的なダメージを与える恐れもある。プロデューサーやディレクターは、コンテンツビジネスにおけるコンプライアンスの重要性を十分に認識し、適切な法的処理をすることが求められているといえる。
本講座は、知的財産権のなかでもコンテンツビジネスにおいて特にその重要性が高い著作権に関する基礎的な知識を習得し、具体的場面における法的思考のポイントをつかむとともに、権利処理の場面において特に重要なライセンス契約等の仕組みについても習得して頂き、さらに、近時のITビジネスにおいて直面する法的な問題についても適宜解説を加え、これにより、コンテンツビジネスを行うに際しての基礎的かつ総合的な法的素養を身につけてもらうことを目的とする。

到達目標
本講義は、①著作権に関する基礎的な知識を習得し、具体的場面においてイメージ化できること、②権利処理の大まかな流れを習得すること、③コンテンツビジネスの遂行に伴う法的なリスクのポイントを押さえ、これについての嗅覚を養うこと、④コンテンツビジネスに関する契約の仕組みを理解し、留意すべき条項のイメージを掴むこと、等を全体を通じた到達目標とする。

主な内容

回数	日程	授業タイトル	授業内容
1	6/18	イントロダクション	コンテンツビジネスにおけるコンプライアンスの概念、その重要性等について概説する。また、第2回及び第3回に開催される基礎講座の受講の判断のために簡単な小テストを行う。
2	7/2	著作権基礎講座～その1	著作権の意義・種類・内容、保護期間、そもそもいかなるコンテンツが著作物として保護されるのか、等について、具体例を交えながら解説する。
3	7/9	著作権基礎講座～その2	著作物の利用、著作権の制限、著作権が侵害された場合の措置、著作隣接権の意義、等について、具体例を交えながら、解説する。
4	7/23	コンテンツの製作段階における権利関係	製作されたコンテンツについて、誰にいかなる権利が帰属するのかという点について、職務著作、共同製作、映画著作物の場合の権利処理、等にも言及しながら解説する。
5	8/6	コンテンツの利用、流通段階における問題～その1	いかなるコンテンツの利用行為が、著作権侵害と評価されるのか、それに対してどのような対策を講じるべきかという点について、具体的な事例を紹介しながら解説する。
6	8/13	コンテンツの利用、流通段階における問題～その2	コンテンツの利用、流通に際しての権利処理のポイント等について解説する。
7	8/27	コンテンツの利用、流通段階における問題～その3	主に著作隣接権に関する権利処理のポイントを解説する。また、今まで扱ったテーマについての演習を行う。
8	9/10	コンテンツに関連する近時の法的問題	コンテンツの利用に関して、近時問題となっているテーマについて、具体的な事例をあげなから解説をする。肖像権、パブリシティ権についての解説も行う。
9	10/1	コンテンツビジネスにおける契約論	契約に関する基本的知識を解説するとともに、ライセンス契約、著作権譲渡契約等の意義、仕組み、ポイントについて、具体的な契約例を参照しつつ、解説する。
10	10/15	ITビジネスにおける法的諸問題	ITビジネスを行うに際して、直面する法的問題点、権利処理等について、実例をあげながら解説する。
11	10/29	権利処理演習	今まで扱ったテーマについて、総合的な演習を行う。
12	11/5	クロージング	前回の演習の解説を行ったうえで、今までの講義の総括をし、さらに今まで扱い切れなかったテーマについての解説等も行う。

履修条件
特にないが、1回目の試験において基礎的な知識があると認められたものは、2～3回目の授業を任意参加にする予定。

評価方法
授業内課題+最終課題→70点、参加態度→30点、出席率50%以下は評価外（出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）

教材・教科書・参考資料等
文化庁編著「著作権法入門」（平成18年版）を使用するので必ず購入のこと。その他、お勧め本等は別途紹介。

デジタルコンテンツ産業概論

●単位：２単位
●履修区分：プログラム共通 選択
●履修年次：１・２年次
●時間割：４/１９開講 第１トライメスター木曜１限
●定員：４０名

担当教員
杉山知之

授業概要
本講座は、近年、コンテンツ産業として、我が国を代表する産業として扱われるようになった産業の実態について把握することを目的とする。現在、コンテンツ産業と呼ばれるようになった産業は、14兆円以上の経済規模を持ち、我が国のＧＤＰの2.5%を担っていると算出されている。この産業の実態は、背景となる技術、またビジネスモデルにおいて、区別しうる産業または業界として、異なる発展をしてきたものであるが、どのメディアコンテンツにおいても、デジタル化が進むことにより、相互に関係を深くし、大きくコンテンツ産業として捉えることが可能となった産業なのである。
本講座においては、出版、音楽ソフト、映画、テレビなど、国民生活において、重要な役割を持つ主要なメディアのデジタル化が進んでいることを理解することとする。ここでは、主要コンテンツのデジタル化について、制作、流通、視聴という３つの環境について、「メディア美学」の視点を含め、歴史的に振り返り、現在に至るまでの経過を、それぞれのメディアごとに解説する。その上に、最初からデジタルコンテンツとして登場したWEBコンテンツ、携帯電話用コンテンツ、ゲームコンテンツに関しても、制作、流通、視聴という観点から解説を試みる。これらのことにより、コンテンツ産業として、統合した形で扱われるようになった日本のコンテンツ産業の構成要素となっている各産業の実体を理解することとする。この講座は、本大学院のカリキュラムにおいて、基礎的な知識を担う講座として位置づけている。尚、コンテンツ流通など、我が国の商習慣が複雑な分野については、実際の業務に関わっているゲスト講師を召喚する予定である。

到達目標
デジタルコンテンツ産業を支えている基本的な技術と発展の歴史を理解し、産業全体の大枠を理解すると共に、産業界で日常的に使われている基礎的な専門用語について、その意味するところを把握する。さらにこれまでの歴史を踏まえて、近未来のデジタルコンテンツ産業の発達について展望を描ける基礎力をつけること。

主な内容

回数	日程	授業タイトル	授業内容
1	4/19	歴史から学ぶコンテンツ産業の発達（その1）	コンテンツとは／音楽コンテンツと録音再生技術／アナログからデジタルへ
2	4/26	歴史から学ぶコンテンツ産業の発達（その2）	音楽家とコンテンツ産業／著作権行使を考える（アクティブラーニング利用）
3	5/10	歴史から学ぶコンテンツ産業の発達（その3）	コンピュータ＝メディアへの歴史／レーザーディスクの特徴／Aspen Moviemap
4	5/17	歴史から学ぶコンテンツ産業の発達（その4）	The Media Lab／デジタルメディア史に残る数々のデモを解説
5	5/24	先端技術に見るコンテンツ産業の未来	ユビキタス社会へ／docomo 2010 vision／近未来コンテンツの形（アクティブラーニング利用）
6	5/31	コンテンツ産業のキーマンから学ぶ知見（その1）	コンテンツ産業の現実（ゲスト 日本のコンテンツ政策・経済産業省or総務省官僚）
7	6/7	コンテンツ産業のキーマンから学ぶ知見（その2）	コンテンツ産業の現実（ゲスト モバイルマーケティングは何を可能にしているのか？）
8	6/14	コンテンツ産業のキーマンから学ぶ知見（その3）	コンテンツ産業の現実（ゲスト デジタルラジオはラジオではない？）
9	6/21	コンテンツ産業のキーマンから学ぶ知見（その4）	コンテンツ産業の現実（ゲスト 映画産業の収益モデルは崩れる？）
10	6/28	コンテンツ産業のキーマンから学ぶ知見（その5）	コンテンツ産業の現実（ゲスト 現代日本アートの価値を知る）
11	7/5	コンテンツ産業のキーマンから学ぶ知見（その6）	コンテンツ産業の現実（ゲスト Second Lifeに見る新たな生活空間の創造とは？）
12	7/12	デジタルコンテンツ産業概論の総括と未来	まとめ／近未来のコンテンツ産業について全員で議論

履修条件
特になし

評価方法
出席３０%以上、レポート提出（最終講義後）、授業内での発言、発表を総合的に勘案して評価する。

教材・教科書・参考資料等
適宜紹介・配布

新ＩＴ産業論 (＊旧情報産業論)

●単位：２単位
●履修区分：プログラム共通 選択
●履修年次：１・２年次
●時間割：１１/２８開講 第３トライメスター 水曜１限
●定員：２４名

担当教員
小林愛心

授業概要
高度情報化社会の進展は、ハードウェア、ソフトウェア、ネットワークなどの技術環境の高度化に加え、人間活動、社会に於ける情報活用レベル高度化により変化していく。当講義では、日本のIT・コンテンツ産業を担うビジネス＆コンテンツプロデューサー及び、コンテンツディレクターに必要な「プラットフォーム産業」に関する基礎知識、「コンピュータ(汎用機/ＰＣ)、ＯＳ、ソフトウェア、システムインテグレーション、携帯・TV・カーナビ・情報家電、地上波デジタルやブロードバンドサービス等の情報産業」に於ける歴史、産業構造、近年の動向、未来予測、今後の課題について考察し、情報に関する幅広い視野を養い、情報活用能力を高める事を主眼に議論を進める。

到達目標
情報産業の過去・現在を学び、来るべき新たなIT産業のあり方(未来)について、一人一人が自分なりの立場で、それぞれの考え方を表現できる様になること。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	11/28	序論	情報の歴史とコンピュータの発展についての流れを解説しつつ、学生の知識レベルと興味あるテーマを探り共有する。初講としては必要最低限の基礎知識、現在のレベルでのシステム・プラットフォームの上で、個人の創造性と技術力により、より高度なコンテンツ創造の可能性について議論する。
2	12/5	コンピュータの誕生とハードウェア産業	情報のデジタル化を可能にしたコンピュータの誕生から約50年。ENIACコンピュータの真空管から始まり、トランジスタ、IC、LSIにより、処理能力は年々向上している。この講義では、コンピュータ、半導体の歴史と、世界のハードウェアメーカーの変遷、日本のメーカーの勢力図などを理解する。
3	12/12	アルゴリズムとプログラミング	一般にコンピュータは通常の家電と異なり、ハードウェアだけでは用を足さない。車の両輪の役割がソフトウェアであり、それは即ちプログラムである。そのプログラムの骨格をなすものがアルゴリズムである。この講義では、アルゴリズムとは何かを理解し、プログラミングの基本、そしてハードウェアとソフトウェアの連携によりコンピュータが動く仕組みを理解する。
4	12/19	パソコンの登場とパソコンソフトウェア市場	1980年前後から、いわゆるPC（パーソナルコンピュータ）が登場した。パソコンは一体化した個人用の安価コンピュータとしてスタートを切ったが、後の技術革新により、性能はここ20年でめざましく向上し、ネットワーク下の重要なポート（端末）として機能している。この講義では、パソコンのメーカーの変遷、ソフトウェアベンダーの変遷を知り、パソコンソフトウェア市場の現状を把握する。
5	12/26	インターネットとネット・ビジネス・チャンス	米国国防省のDARPAネットの開放により普及したインターネットは、米国のみならず、世界中を一つのコンピュータネットワーク化した。その利用者は年々増加しており限りは見えない。あらゆる業種に於いてそのネット上での新しいサービスやビジネスが試行されている。この講義では、インターネットの歴史と現在のネットビジネスの成功・不成功を知り、今後のビジネスチャンスとなるテーマや手法を議論する。
6	1/9	システム開発とオブジェクト指向	ハードウェア、ソフトウェア、ネットワークの技術革新により、プラットフォームは、より多様化するが、それに伴い情報システムの開発手順も変化している。開発行程（ウォーターフォール/プロトタイピング/スパイラルモデル）や開発設計技術（構造化/データ中心/オブジェクト指向）も、目的用途により総合的見地から検討すべきである。この講義では、近年のJavaに代表されるオブジェクト指向によるプログラミングやコンテンツ製作の背景、手法について理解し、効率よいデザイン・パターンを議論する。
7	1/16	ISV、SIの登場とシステムインテグレーション市場	ISV（インデペンデント・ソフトウェア・ベンダー）やSI（システム・インテグレーター）と呼ばれるソフトウェアを中心にハードウェアやネットワークに詳しい専門業者の出現により、よりコスト/パフォーマンスを追及したシステム指向が高まってきている。パソコンがホワイト・ボックス化し、低価格になり、インターネットの多様な利用方法により従来とは変わった分散処理も可能となった。この講義では、プラットフォーム利用技術のプレーヤーとなるSIによるシステムインテグレーション市場の実態を理解し、その将来像を議論する。
8	1/23	情報セキュリティの概念	インターネットの普及に伴い、セキュリティに対する関心は急速に高まっている。個人情報の保護からハッカー対策まで、これからのシステムには必要不可欠である。個人認証、オープンネットワークのセキュリティ（ファイアーオール、コンピュータウィルス）やヒューマンファクター（フール・プルーフ、フェールセーフ/フェールソフト）などに関して、情報セキュリティについてのポリシーが必要な時代となっている。この講義では、情報セキュリティを理解する上でのリスク、セキュリティ要件のポイントを把握し、そのための技術や環境を考察する。
9	1/30	ユーティリティ・コンピューティング時代の提言（将来像）	2010年を想定して、いくつかの将来像を見ることができる。この講義では、①自社のサーバー（コンピュータ自体がなくなる）がなくなる。②「オートノミック」や「グリッド」によりシステムダウンが過去の遺物になる。③コンピュータリソースを好きな時に使い使った分だけ料金を払う、というユーティリティ・コンピューティングの可否を議論し、未来の予測をする。
10	2/6	リアルタイムとウェアラブルコンピュータの提言（将来像）	この講義のポイントは「リアルタイム」である。前講では、システムのバックエンド側の将来を展望した。ここでは、ヒトやモノの動きが即座にシステム上に反映される現在の携帯電話やPDAの延長線上にあるウェアラブル・コンピュータ、さらにはICタグや次世代Webサービスについての将来像や、ユビキタス社会について議論し、未来の予測をする。
11	2/13	「知識（ナレッジ）」の活用の提言（将来像）	この講義では、過去のAIブームの失敗と、その流れの中から生れた自然言語処理や知識処理の研究により、コンピュータがよりナレッジを理解するものと予測する。ナレッジ・マネジメントにより、個人知識、企業知識、社会知識等のデータベースを最大限活用する。メタデータをオントロジで記述するセマンティックWebの可能性も議論し、未来のナレッジ・システムを予測する。
12	2/20	総括とレポート提出	将来のIT動向のキーワードは「Fusion」である。過去の技術、市場、産業形態を理解し、かつ情報産業の現在から未来を展望すると、数々の可能性が見えてくる。しかし、それはカオスの中からトレンドを見い出すことで、決して容易ではない。可能性と未来予測の議論の中に、学生達の創造性と向学心を掘り起こす事を総括として目指す。

履修条件
特になし

評価方法
出席率５０％ 欠席者には、翌々週までに当該授業内容についてのレポートを提出。
講義内ディスカッションへの参加度合、レポート提出による自己のライフ・プラン、キャリア・プランの表現力と情報産業トレンドへの理解度、最終課題テーマ「今後のこの業界でのプランについて」の提出および発表の内容で評価を行う。

教材・教科書・参考資料等
教材・教科書：必要に応じて配布 参考資料等：適宜紹介

105　基礎科目

通信と放送の融合の中でのITビジネス論

●単位：2単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　必修選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：4/17（火）第1トライメスター　毎週火曜1限
●定員：45名

担当教員
齋藤茂樹　荻野健一

授業概要
1対1の伝送を行う通信事業と1対多の広告による放送事業のビジネスモデル・事業的特性を発生史から遡り、ビジネスとしてのシステム・モデルの違いを立脚点として理解する。この通信・放送事業をそれぞれにその後のデジタル革命による通信・放送のビジネス形態の変容を踏まえ、更に、インターネットが通信事業を飲み込むことで起こることで、通信と放送ビジネスが一体化して融合していく過程のなかで新しいオンライン流通としてのVOD事業を考える。そして、その流通変革のなかでのコンテンツ提供ビジネスの新しいビジネスの方向性を議論していく。

到達目標
　通信、放送、コンテンツといった異なる分野をコンバージェンスのビジネス変化として、同じ土壌で捉え、新しいオンライン流通の行き先とコンテンツビジネスの変容によるビジネスチャンスを議論できるようになることを目標とする。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	4/17	デジタルコンバージェンス概論	通信と放送の融合がひきおこす新しいデジタルビジネスの業態変化であるデジタル・コンバージェンスの中心的コンセプトを放送クオリティーの映像番組を通信サービスとして提供するオンデマンドテレビとして捉え、このブロードバンドインターネットが創造する新しいコンテンツビジネスのダイレクト流通チャネルができることでどのようにビジネスが変容するかを概論的に説明する。
2	4/24	通信・放送ビジネスの視点からのコンバージェンス	通信ビジネスの歴史的経緯に触れながら、長距離通信市場での競争市場化、インターネットの影響、地域通信の意味合いと映像による新しい競争化フレームへの変容などをトータルに理解する。また、放送の歴史的経緯を追いながら、全国ネットと地方ネットの系列的な産業構造、視聴率及び広告ビジネスの仕組みを見、民放テレビ局と広告代理店のビジネスポジションなどを解説する。
3	5/8	デジタルサプライチェーンとハイテクマーケティング（キャズムの理論）	デジタル流通のサプライチェーンをコンテンツ・コンテンツアグリゲーション・ネットワーク・カスタマーアグリゲーション・ディバイスに分け、通信・放送業界及びコンテンツ業界においてどのような変化が起こっているかを見る。ハイテク・マーケティング特有のプロダクト・ライフサイクルの特色を見て、ビジョナリーユーザー市場とメインストリーム市場の間に存在ある市場のキャズム（断絶）の意味を知る。
4	5/15	VODシステム（テレビにおけるインターネットとは）	オンデマンドテレビという放送画質でのVODシステムがテレビのインターネットとしてどういった意味をもつかをストリーミング方式と比較したネットワーク技術論、ダイレクト流通チャネルとしての意味、ニッチメディアとしてのマスメディアに対抗する新しいメディアとしての意味などを解説する。
5	5/22	コンテンツビジネスの特徴的なアプローチ	映画ビジネスの流通を例にとりながら、コンテンツビジネスをコンテンツの商財としての特殊性を中心にしながら、メディアミックス及びコミュニティーミックスマーケティングが今後のキーにアプローチになるところを解説する。
6	5/29	放送ビジネスの構造的変化	地上デジタル放送による放送コンテンツの変化と業界の構造変化について、現場の番組制作体制と視聴者とのコミュニケーションの課題を抽出し、多様化したメディアの中での今後の放送の役割と視聴者とのコミュニケーションについて考察していく
7	6/5	放送コンテンツの制作著作とビジネスモデルの構築	放送コンテンツのデジタル化とブロードバンドメディアの拡大により、放送コンテンツが様々なメディアと連動したビジネスモデルについて解説し、ハイクオリティなコンテンツの様々な市場流通課題と多岐に渡り発生してくる著作権処理問題について検証していく
8	6/12	制作現場のデジタル化と制作プロダクションの再構築	放送のフルデジタル化対応と制作現場の設備投資、番組制作コストの圧縮と制作クオリティの向上という放送局と制作プロダクションの抱える課題を通じ、番組制作体制と効率の良いコンテンツ開発について解説する
9	6/19	番組コンテンツのマルチユースのための番組企画立案について	地上波放送におけるこれまでの番組企画のスタイルとこれから望まれる番組企画の違いを認識し、どのような番組がマーケットに要望されて、価値観の高いコンテンツとして立体的に展開できるのかを検証していく
10	6/26	番組プロモーションとこれからの番組ブランディングについて	コマーシャルで成り立っている放送コンテンツが、これから新しいビジネスモデルを構築していくために必要な課題とコンテンツとしての市場性の検証を行い、番組のブランディングとはどういうものかを解説していく
11	7/3	放送コンテンツのアーカイブ化と新しいビジネスモデルの構築	オンデマンドなブロードバンドメディアと携帯性に優れたパーソナルメディアのパーミッションマーケティングを通じ、アーカイブ化された放送コンテンツの活用方法を検討することで、新しいビジネスモデルの構築と市場を活性化するための通信メディアとの親和性を考察する
12	7/10	通信と放送の融合（総括）	第1回～11回で学んできたデジタルコンバージェンスでおこることを予見しうるビジネスの法則・ポイントを復習し、参加者が考える今後5年間でのこの分野の変化とビジネスチャンスを議論して講義を総括する。

履修条件
特になし

評価方法
授業内課題+最終課題→70点、参加態度→30点、出席率50%以下は評価外（出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）

教材・教科書・参考資料等
デジタル・コンバージェンスの衝撃（齋藤茂樹）　日経BP企画　・キャズム（ジェフリーGムーア）翔泳社　そのほかは授業中に紹介

シ ネ マ 学

●単位：2単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：4/22開講　第1トライメスター　毎週日曜2限
●定員：45名

担当教員
久里耕介

授業概要
「シネマ学」とは担当教員である久里耕介が提唱する映画制作のプロになる為の新しい学問である。世界において映画というコンテンツはビッグマネーが動く産業として経済の中で大きな位置を占めている。日本が世界に遅れをとり映画が産業として育たない理由は何か？　それは日本には、学問として、映画の芸術性やビジネス性を学べる、基礎になるものが無いからである。そこで私は映画の為の学問であるこの「シネマ学」を提唱し、本学にて育て進化させたいと思っている。デジタル技術が飛躍的に進歩した現在、技術的にはひとりで映画を創ることも可能である。しかし、チケットを購入し映画館に足を運ぶ観客たちに「お金を払っても観に来て良かった」と思わせる事の出来る作品を提供する義務を持つ「プロ」の映画制作者には、常に観客を満足させる為に最低限持ち合わせていなければならない「感性と知識、知恵と技術」が必要である。この事について「学」び「問」いかけるという学問の原則に照らし論じていくのがこの「シネマ学」である。これからビジネスとしての映画制作を志す院生諸君には、この科目を通して、将来、映画を制作する現場に立った時、どうしたら自分の作品の価値を世界で売れる作品にまで高める事が出来るのか、自分自身に、そして周囲に問いかけ、解答を導き出す事が出来るだけの判断力を身につける為、是非一緒に学んでおいてほしい。

到達目標
映画のプロの制作者になる為には多くの事を学ばねばならないが、その基本になるのは、出来上がった映画作品を見るプロの目である。観客にとっての価値を見出し、どうやってその価値のある映像が創られたか分析し観客にどう評価されるかを考察して、そこで得た「感性と知識」を「知恵と技術」にしていかに自分の創り出す作品に反映していくか。このプロの目を持つことを到達目標とする。講義では毎週提案する映画作品を前もって鑑賞して来て貰い具体的な作品を軸に各理論の講義をしていくが、最終課題で提案する映画作品を鑑賞し分析して評価し、更に何を加えれば、その作品の商品価値がグレードアップされるか提案して貰いたい。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	4/22	シネマ学概論	映画創りに何故シネマ学という学問が必要なのか？何故今まで映画を創る為の学問は無かったのか？シネマ学は何を学ぶ学問か？「シネマ学」の必然性と進化する学問の未来への可能性を学ぶ。
2	5/13	シネマ学鑑賞論	映画は観客が金を払って観ることで初めて商品価値が産まれる。創り手は観客の価値観を得ることを意図して映画を創れるのか？観客にとって観る為の価値観とは一体何なのかを学ぶ。
3	5/20	シネマ学産業論	映画の産業としての可能性？映画にとっての商品価値とは？世界のマーケットの中での日本映画の位置づけは？映画作品を世界に売れる商品として確立する為に何が必要かを学ぶ。
4	5/27	シネマ学芸術論	何故君達は映画を創ろうとするのか？映画にとっての芸術性とは？人間の創りだした全ての科学から創り出される総合芸術としての映画の「芸術性」の真価を学ぶ。
5	6/3	シネマ学企画論	タイムリーな企画と何十年も生き残る企画との違いとは？企画が良くても売れない映画にはどんな問題点があるのか？全世界でヒットする様な企画を思いつく視点は何処から生まれるのかを学ぶ。
6	6/10	シネマ学脚本論	どんな脚本が映画にとって良い脚本か？脚本の映画にとっての本当の役割とは？本当の意味での脚本の難しさとは？映画の設計図と言われる脚本がどう使われる事が映画にとって幸せかを学ぶ。
7	6/17	シネマ学演出論	監督にとって映画を演出する為に一番大事なことは？何を演出する事が監督の仕事なのか？映画に関わる多くのスタッフやキャストの役割を知るところから始まる映画監督の演出の真髄を学ぶ。
8	6/24	シネマ学撮影論	カメラと言う機械を使って撮影する事で映画を創るというクリエイティブは始まる。観客に魅せる為に四角い画面の中に世界を構成する撮影の重要性と難しさを学ぶ。
9	7/1	シネマ学美術論	俳優以外に実際に映像に映るのは衣装・メイク・小道具・装飾・大道具などの美術だけで美術によって基本的な画面の中の映画の世界観は表現されている、その美術の表現ポイントを学ぶ。
10	7/8	シネマ学編集論	映画はワンカットワンカットの積み重ねで出来上がっている、そのワンカットが語る役割とは？編集が映画の全てを創り上げる基礎だとすると何を学ぶべきか？編集の持つ感性と技術の融合を学ぶ。
11	7/15	シネマ学分析論	観客たちの評価が映画の価値観を決定する、その評価を公正にする為には分析が必要で、その上での評価基準を広く一般の観客に解り易く提示して映画の持つ価値を評価しやすくする方法を学ぶ。
12	7/22	シネマ学総論	映画にとって大切な事を学ぶのに、どれだけ多くの事をシネマ学の中に盛り込んで学問として育て進化させていくことが出来るか、その可能性を皆と共に探り皆のこれからに役立てる方法を模索する。

履修条件
特になし

評価方法
最終課題にて評価（出席等の参加態度は参考程度。出席率50%以下は評価せず

教材・教科書・参考資料等
適宜紹介

107　基礎科目

ＷＥＢメディア論

●単位：1単位
●履修区分：プログラム共通 修選択必
●履修年次：1・2年次
●時間割：4/16 開講 第1トライメスター 前期 月曜1限
●定員：60名

担当教員
生田昌弘

授業概要
自らが抱える問題を解決するためのツールとしてインターネットが普及している現在、企業のWebサイトの存在意義はユーザーの問題解決ツールとして機能しているかにかかっており、その意識がないWebサイトが成功することは無くなってきている。この、企業が提示するユーザーの問題解決こそが、「ブランドプロミス」と呼ばれる企業からユーザーへの約束である。ブランドは定義することによって成立するものではなく、企業が約束を実現し、ユーザー自身がそれを体感することで成立している。そのため、ブランドを構築するためにはユーザーと企業の接点すべてにおいて均一で高レベルのサービスを展開することが不可欠であり、今や企業とユーザーの接点として最も身近なメディアとなったWebサイトは、それらすべての指針であると言える。つまり、Webによるブランディングこそがコーポレートブランディングと言っても過言ではないのである。
本講義では、Webサイトをブランディングツールとして有効機能させていく方法を論じることで、コンテンツ業界での活躍を志す院生諸君が、メディアとして確立したWebの本質を理解することを第一の目的とするものである。

到達目標
1．Webサイトのメディアとしての価値と活用法を習得する
2．Webサイト構築の概念とその構築手法を習得する
3．Webプロデューサーとしてのあるべき姿を習得する
この目標を達成することにより、どんな業種業態や仕事であってもWebを、メディアとして有効に機能させることが出来るようになることを目的とする。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	4/16	Webサイトとは？	そもそもWebサイトとは何かを説くことにより、日常に溶け込みつつあるWebの本質と有効活用のための利用法を再確認する。
2	4/23	IT時代のマーケティングとWebブランディング	メディアとしてのWebがどのように機能するのか、他のメディアとの連動連携も含めて、検証することにより、マーケティングツールひいてはメディアとしてのWebの利用方法を学ぶ。Webブランディングの考え方と、その実施手法。Webがブランディングメディアとしてなぜ有効なのかを学ぶ。
3	5/7	Web構築ワークフロー	Web構築のためのワークフローを学び、構築のための必要条件を学ぶ。
4	5/14	WebデザインとCMS	Webにおけるデザインの概念とCMSの関わりを学ぶ
5	5/21	Webサイト構築手法（CMSの概念を取り入れたWebサイト構築手法）	今後来るであろうCMSの時代について、その本質と概念について学び、新しいWeb構築手法を学ぶ。
6	5/28	Webプロデューサーのあるべき姿	Webをメディアとして利用するためのプロデューサーがやるべきことを学ぶ。

履修条件
特になし

評価方法
授業内課題+最終課題→70点、参加態度30点、出席率66%以下は評価せず(欠席2回まで、但し1回の欠席でマイナス10点)
（出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）

教材・教科書・参考資料等
「Webブランディング成功の法則55」（翔泳社）
「Webデザインワークフロー」（ソフトバンククリエイティブ）
「CMS構築成功の法則」（技術評論社）

★2T更新（日程のみ）

108　基礎科目

事業計画手法

●単位：1単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　必修選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：8/9開講　第2トライメスター前期　木曜1限
●定員：35名

担当教員
海老根智仁

授業概要
ネットビジネスという概念を中心に、大企業の新規事業担当者または起業家のために、実践的な事業計画の策定等について必要な基本的能力を身につけてもらうべく講義を構成する。事業計画書の基礎的構成要素をわかりやすく教えることを目的とするために、ネットビジネスを授業内におけるグループワークを通じ研究する。具体的には、同じ環境下にいながらも間逆な戦略を有す制作会社の事業計画の相違などを比較研究することによって、自分で事業計画書を書ける知識の下地を身につける。本授業は、企画書作成能力、プレゼンテーション能力なども向上させる内容でもある。授業内外のグループワークも多用する。

到達目標
　初心者でも説得性の高い事業計画・企画を作成できるようになることを目標とする

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	8/9	ビジネスモデル、経営ビジョン、経営環境分析等	ビジネスモデル、事業ドメイン、成長戦略及び資源配分などの基本的知識
2	8/23	制作会社の事例研究	代理店の下請け制作会社の戦略を参考に事業計画を書く
3	8/30	制作会社の事例研究	代理店の下請けを脱する制作会社の戦略を参考に事業計画を書く
4	9/6	ASP事業者の事例研究	インターネット広告の効果測定システムを販売するASP事業者の事例を研究する
5	9/13	コンサルテーション手法等	コンサルテーション知識、財務基本知識などを学び事業計画の質を向上
6	9/27	ビジネスプラン発表及び筆記試験	各自企画のビジネスプランを発表する。

履修条件
特になし

評価方法
①筆記試験1回）もしくはケーススタディ1回の発表内容、②出席率は50%以上（高出席ほど配点は高い）、③左記①と②の重みは1：1

教材・教科書・参考資料等
各講義のテーマに応じて、最適な参考図書を選定し、講義の中にエッセンスを盛込みます。
以下は参考文献の例です。
■『アイデアのつくり方』（ジェームス W.ヤング 著）
■『必ずYES!と言わせる事業企画書のつくり方―インターネットを活用してビジネスプランをつくる48のステップ』（野口吉昭　著）
■『プロフェッショナル・プレゼンテーション』（土井哲、高橋俊介　著）

109　基礎科目

デジタルグラフィックス表現演習Ⅰ（WEB）

●単位：2単位
●履修区分：プログラム共通 選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：4/17（火）第1～2トライメスター 毎週火曜2限
●定員：24名

担当教員
林 豊

授業概要
本講座は、コミュニケーションの場として機能するWEBサイトのデザインを行う上で、必要となるデジタルグラフィックス表現について、主にWEBデザインの各要素を通じて、グラフィックデザインの基礎と制作技術を習得するための演習科目である。受講生は、実際にパーソナルコンピュータを用いて、教官の説明を元に、WEBデザインを制作し、最新の表現手法について学んでいく。
WEBサイトにおけるデザインは、グラフィックデザインでのセオリーを基本としながら発展してきた。本実習では、まず2Dグラフィックス、レイアウトデザイン、さらにHTMLを用いたWEBページ制作を習得する中で、実践的にグラフィックデザイン力を付けていく。
また近年、ブロードバンド環境になったことから、リッチコンテンツと呼ばれる動画での表現が、普及期に入っている。本演習ではとくに動画コンテンツ制作に標準的に使われるFlashの機能やXMLについても適宜解説していく。これらのことにより、デジタルグラフィックスという観点から、現在のWEBサイト構築に必要な要素を習得し、調和のとれた画面構成を行える能力を養うものである。

到達目標
WEBサイト製作における仕様策定や基本的な制作手順を理解し、クリエイターと同じ目線でコミュニケーションをとれるようになることを目標とする。

主な内容

	日程	授業タイトル
1	4/17	イラストレーター基礎・イラストレーターとは ベクターデータとは 基本ツールの使い方 ・オブジェクトの描画 ・レイヤーの使い方
2	4/24	イラストレーター基礎 ・オブジェクトの変形 ・テキスト関連 ・アウトラインの作成 ・パス
3	5/8	イラストレーター基礎 ・名刺の作成 ・印刷時の設定 ・トンボの作成
4	5/15	イラストレーター基礎 ・地図の作成 ・PDFデータの作成 ・Acrobat基礎
5	5/22	フォトショップ基礎 ・フォトショップとは？ ・ビットマップとは？ ・基本ツールの使い方 ・オブジェクトの選択
6	5/29	フォトショップ基礎 ・パスパレット ・画像補正処理 ・ヒストリーパレット
7	6/5	フォトショップ基礎 ・画像補正処理 ・画像合成 ・色調補正
8	6/12	フォトショップ基礎 ・レイヤーマスク ・調整レイヤー ・イラストレーターとの連携
9	6/19	FIREWORKS基礎 ・基本ツールの使い方 ・オブジェクトの描画 ・塗り、線、エフェクトの設定 ・スライス作成
10	6/26	FIREWORKS基礎 ・スライス書き出し ・アニメーションGIF ・バナー作成
11	7/3	HTML基礎 ・HTML基本 ・DreamWeaver基本設定
12	7/10	HTML基礎 ・DreamWeaverサイト定義 ・HTMLページ作成 ・テキスト、イメージ、段落、見出し、リスト、テーブル
13	8/7	WEBレイアウト基礎 ・DreamWeaverを使用してHTMLの作成 ・リンクのパス
14	8/21	WEBレイアウト基礎 ・テーブルレイアウト基礎 ・テーブルレイアウトとCSSレイアウトとは？
15	8/28	WEBレイアウト基礎 ・テーブルレイアウト作成 ・簡単なWEBサイトの作成 ・スタイルシート
16	9/4	WEBレイアウト基礎 ・テーブルレイアウト作成 ・簡単なWEBサイトの作成 ・ビヘイビア（javascript）
17	9/11	WEBレイアウト基礎 ・テーブルレイアウト作成 ・簡単なWEBサイトの作成 ・検索/置換 ・ブラウザ検証 ・ソースフォーマット
18	9/18	Flash基礎 ・基本ツールの使い方 ・オブジェクトの描画 ・オブジェクトの変形 ・シンボル登録
19	9/25	Flash基礎 ・アニメーション作成 ・シンボルとインスタンス ・モーショントゥイーンアニメーション
20	10/2	Flash基礎 ・シェイプトゥイーンアニメーション ・モーションガイドの設定 ・マスクアニメーション
21	10/9	Flash基礎 ・ビットマップ画像の使用 ・ビットマップを使用したアニメーション ・ボタンシンボル
22	10/16	Flash基礎 ・グラフィックシンボルとムービークリップシンボル ・ActionScript初級 ・ムービーの再生停止繰り返し ・指定したURLリンク
23	10/23	Flash基礎 ・ActionScript ・パスの指定 ・ロードムービー作成
24	10/30	Flash基礎 ・Actionscript ・フルフラッシュサイトの作成

履修条件
継続的に参加できる方 PCの基本操作ができる方

評価方法
授業内課題+最終課題→70点、参加態度→30点、出席率50%以下は評価外

教材・教科書・参考資料等
オリジナル教材、アプリケーションチュートリアルテキスト他

*1 当科目の履修に当たっては別途教材費（8万円）がかかります
*2 授業は富士ソフトABCビルにて行う予定です。

デジタルグラフィックス表現演習II（Maya）

●単位：2単位
●履修区分：プログラム共通 選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：4/18開講　第1～2トライメスター 毎週水曜2限
●定員：24名

担当教員
小倉以索

授業概要
デジタルグラフィックス表現演習2においては、3DCGソフト、Mayaを使っての3DCGの基礎演習を行う。第1トライメスターにおいては、3DCGの製作パイプラインを学び、その作業個々の特徴（モデリング、アニメーション、レンダリング）を演習を踏まえながら理解し、身に付けていくものとする。又、第2トライメスターでは、応用課題として、3DCG映像製作の完成を目的とする。その制作の際、基礎技術の復習及び製作過程を通じ、ディレクターとして、CGオペレーターに対し、どのような範囲でのディレクションを行えば効率的な製作が可能なのかを理解していく。また、この制作経験により、ディレクター、プロデューサーとして、何が必要であるかを論じ合うものとする

到達目標
Mayaを使用して3DCGアニメーション制作し、完成させる。その際、授業内でのグループ編成を行い、それぞれの役割を明確にして制作をすることで、その重要性を認識する。そのため、制作過程が重要であることから、作成した映像（3DCGアニメーション）のクオリティーは問わない。

主な内容

	日程	授業タイトル
1	4/18	『イントロダクション』 製作工程、雪だるま作成
2	4/25	『基本操作』 メニューの切り替えとカメラの操作、物体の幾何変換、階層構造と惑星運動
3	5/9	『モデリング演習』 教会の作成
4	5/16	『ポリゴンモデリング』 ポリゴン編集方法
5	5/23	『ポリゴンモデリング演習』 身近な物をモデリングする演習
6	5/30	『NURBSモデリング1』 NURBS基礎
7	6/6	『NURBSモデリング2』 デスクランプの作成
8	6/13	『マテリアルとマッピング基礎1』 机の上の質感設定
9	6/20	『マテリアルとマッピング基礎2』 マッピングの設定
10	6/27	『UV展開1』 サイコロとヘリコプターへのマッピング
11	7/4	『UV展開2』 恐竜へのマッピング
12	7/11	『ライティングとレンダリング設定』 ライティング設定 ＊中間課題告知
13	8/8	『課題発表』 中間課題発表、及び最終課題告知
14	8/22	『アニメーション基礎1』 キーフレーム法
15	8/29	『アニメーション基礎2』 パスアニメーションとアニメーション演習
16	9/5	『レンダリング詳細設定』 レイトレーシングのレンダリング設定
17	9/12	『キャラクターアニメーション』 スケルトンを使ったキャラクターアニメーション設定
18	9/19	『ペイントエフェクト』 ペイントエフェクト基礎
19	9/26	『パーティクル』 パーティクル基礎
20	10/3	『物理シミュレーション1』 リジッドボディーシミュレーション
21	10/10	『物理シミュレーション2』 ソフトボディーシミュレーション
22	10/17	『合成』After Effectを使った合成演習
23	10/24	『課題制作指導』
24	10/31	『課題発表会』

履修条件
初心者向けの内容の為、Maya使用経験者は基本的に履修できないものとする（応相談）。

評価方法
最終課題（未提出は評価せず）→70点、出席率30点（例：100%出席＝30点）、出席率50%以下は評価せず

教材・教科書・参考資料等
Mayaで創める3DCG製作の基本『AUTODESK MAYA オフィシャルトレーニングブック』 ワークスコーポレーション発行（事前購入の必要なし）

*1 当科目の履修に当たっては別途教材費（8万円）がかかります
*2 授業は富士ソフトABCビルにて行う予定です。

111　基礎科目

WEBプログラミング演習（PHP）

●単位：2単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：11/29開講　第3トライメスター　毎週木曜2限
●定員：10名

担当教員
茂木健一

授業概要
ここ数年のWEBサイトの構築動向として、HTMLのみの静的なページの割合は減少し、ユーザとのインタラクティブ性をもった動的なページが主流になってきている。この動的なページの作成にはHTMLの他にプログラミング言語が必要になるため、WEBサイトの設計・構築・運営に携わっていくものには、これまでのHTML（デザイン）の知識に加え、プログラミングの知識が求められるようになってきている。ただし、実務のおいては、WEBプロデューサーやディレクターがHTMLやプログラムを作ったりするわけではなく、構築するデザイナーやプログラマーに効率よく指示を出し、設計時に問題がないか（セキュリティetc）などの判断をすることになる。
そこで本講義では、最近特に使われているのプログラミング言語「PHP」の習得を通して、プログラミングの基礎知識、効率の良いデザインとプログラムの切り分け方、セキュリティを考慮した設計方法、効率の良い（顧客の仕様変更に対応しやすい）設計方法などを学んでいく。院生諸君にはこの授業をとおして、実務においてデザイナーやプログラマーと円滑なコミュニケーションをとれるレベルのWEBプログラミングの知識を身につけて欲しい。
到達目標
Symfonyを使用したWebアプリケーションのデザインの変更、機能の追加、スカッフォルディングの利用、データベースの設計・修正が可能となること。PHPは部分的に理解できればよい
主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	11/29	序論	WEBサイトを構築するためには、開発の生産性や保守性、拡張性を考慮し、設計の段階でさまざまなWebサイトの仕組みを考えます。この講義では最新の設計の考え方を例に議論していく。学習キーワードは、「フレームワーク」「MVC」「O/Rマッピング」「Ruby on Rails的考え方」「Symfony」「サービス指向」。
2	12/6	フレームワーク環境構築	PHP入門の書籍を購入したはいいが、読み進めていっても最終章のWEBサイトを作るまでには至らない人がどれほど多いことか。この講義では、PHPの最新フレームワークSymfonyをもとに、まずはWEBを作ることからはじめ、その結果からPHPを理解できるように進める。まずは、環境構築を行う。
3	12/13	MVC入門	効率よく開発するためには、デザイナーとプログラマーの役割分担を明確にする必要がある。そのための仕組みがMVCモデル。Symfonyを実際に使い、MVCモデルに沿ったサンプル作成をおこなう。
4	12/20	データベース入門（商品を管理する）	WEBサイトを構築する上では、データを保存するデータベースが欠かせない。この講義ではショッピングサイトを実際に構築しながら、データベース、PHPの基礎を学ぶ。数回にわたりショッピングサイトを扱うが、初回は商品管理の管理画面を作成する。Symfonyを使えば一瞬で構築できる。
5	1/10	データベース入門（商品を管理する）	前回に続き商品管理を作成する。さらに、理解度を深めるためにデータベースを中心とした復習をおこなう。
6	1/17	データベース入門（入力をチェックする）	前回に続き商品管理を作成する。データベースの値に異常な値が入力されてはデータの信頼性が低下する。そのためには、バデーション・チェックが必要。主に、入力チェックを中心に実習をおこなう。
7	1/24	データベースの拡張（商品を表示する）	登録された商品をユーザ向けに表示する機能を作成する。ユーザに見せるためにはどのような工夫が必要なのか考え、各自のアイデアを実装していく。データベースの拡張、デザインの修正が中心。
8	1/31	セッション管理入門（ショッピングカートを作成する）	表示された商品をユーザが一時的に保管するためのショッピングカートを実装する。ショッピングカートの中身はユーザごとにちがうため、セッション管理を行う必要がある。セッションについて解説しながらカートを実装する。さらにカートのテーブルを追加することによるデータベースの変更方法を学ぶ。
9	2/7	データベースの拡張（チェックアウトする）	チェックアウト機能を実装する。配送する宛先を入力するための入力フォームを作成する。これでショッピングサイトの機能はすべて実装したことになる。
10	2/14	アクセス制限（管理画面はアクセス制限する）	商品の管理画面は管理者のみアクセスできるように制限する。主にログイン機能、アクセス制限機能の実装を行う。
11	2/21	復習	各個人のレベルにあわせて、いままで行ってきた内容の復習、質疑応答、追加実習をおこない、理解を深める。
12	2/28	総括とレポート提出	プロデューサやディレクタは、不得意なプログラムなどのシステム周りは、SEに任せたままになりがちである。しかし、それでは品質がよく安全しかも低コストのWEBサイトは構築できない。最終回は議論を中心に総括を行う。

履修条件
①HTMLタグの基礎を理解しており、メモ帳や秀丸などのテキストエディターを使って簡単なHTMLを編集することができること。②受講時にPC（OSはWindows2000またはXP）を持ち込めること③新規フォルダーやファイルの作成、既存ファイルを開いて編集ができること。④c:\windows などWindowsのディレクトリ表記が理解できていること。⑤持ち込んだ自分のPCを理解しており、ノートンセキュリティなどのセキュリティ機能を停止できること。⑥継続した内容の実習形式をとるため、可能な限り連続して参加できること。⑦これらを満たしているか確認するための実技試験を事前に受験し合格すること。
評価方法
出席60%以上　中間制作課題、終了制作課題を総合的に評価する。

教材・教科書・参考資料等
必要に応じて配布
＊当科目の履修に当たっては別途教材費（4万円）がかかります

112　基礎科目

映 像 演 出

●単位：2単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：4/13開講 第1トライメスター　毎週金曜1限
●定員：20名

担当教員
小椋久雄

授業概要
メディア表現に関するあらゆる技術がデジタル化する今日においても、映像ソフト制作に関する基本的な方法論が、根底から変化することは無い。むしろ制作のデジタル化により、予算、空間、時間などの制約条件が、緩和される傾向にあり、より妥協のない映像演出が行える状況となってきた。さらにインターネットのブロードバンド化に伴い、映像の需要は飛躍的に高まると予想されている。このような状況においては、ますます映像演出の基本を身に付けることが大事であると考える。
本講座では、映像の基本的な映像演出法について論じることとし、さらに、カメラワーク・カット割り・モンタージュなどの映像の基本文法といえるものから、各スタッフの役割と演出の関係などの現場でのノウハウについても解説する。また、撮影と編集については、撮影カメラや編集装置を用いながら、その演出効果について、具体的に解説を行っていく。これらのことにより、現場の第一線での映像演出について論じるものである。

到達目標
台本のしくみ・カット割り・イマジナリーライン・アングルなど、映像演出におけるロジックや文法を学び、実際に撮影・編集することで、映像演出の基本的理論を理解する。

主な内容

回	日程	授業タイトル	授業内容
1	4/13	演出概論	ディレクターの仕事・プロデューサーとディレクター・スタッフの役割と関係について理解を深める、演出という重要性に触れる
2	4/27	演出法1	台本のしくみ・カット割り・イマジナリーライン・アングルについて、ケースに基づいて、様々な手法を実演し、その比較についての理論性を理解する
3	5/11	演出法2	カット割りの表記・移動ショット・PAN・ズーム・パンフォーカスについて、ケースに基づいて、様々な手法を実演し、その比較についての理論性を理解する
4	5/18	演出基本演習1	実際の台本を使用しての演出シミュレーション1・台本の読み方について、ケースに基づいて、様々な手法を実演し、その比較についての理論性を理解する
5	5/25	演出基本演習2	実際の台本を使用しての演出シミュレーション2・カット割りについて、ケースに基づいて、様々な手法を実演し、その比較についての理論性を理解する
6	6/1	撮影1	実際にあるワンシーンをカット割りにしたがって撮影1
7	6/8	撮影2	実際にあるワンシーンをカット割りにしたがって撮影2
8	6/15	撮影3	実際にあるワンシーンをカット割りにしたがって撮影3
9	6/22	編集1	撮影した映像をつないでみる1
10	6/29	編集2	撮影した映像をつないでみる2
11	7/6	編集3	撮影した映像をつないでみる3
12	7/13	試写・合評	それぞれの編集上がりを合評

＊1　撮影から編集にかけては進行状況により変更があります。
＊2　編集ではマシン教室を使う可能性があります

履修条件
Final Cut ProやPremire等の画像編集アプリケーションの基本的な使用方法を習得しているもの。もしくは、授業後半までにそのレベルのスキルを身につけると確約できるもの（授業時間外でレクチャーを行う予定）。

評価方法
授業内課題（2回）、12回目の合評を踏まえたレポートにて評価。ただし授業参加態度も考慮。出席率は30%必須。

教材・教科書・参考資料等
教材・教科書：適宜配布
参考資料：山田宏一・蓮實重彦訳　『映画術/ヒッチコック，トリュフォー』

実践基礎科目

★2T更新(日程のみ)

113　実践基礎科目

ビジネスモデル演習

●単位:1単位
●履修区分:ゼネラルプロデューサープログラム　必修選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次:1・2年次
●時間割:8/9開講　第2トライメスター前期　毎週木曜2限
●定員:15名

担当教員
海老根智仁

授業概要
インターネットビジネスの中でも代表的なビジネスモデル、ネットメディア、Eコマース及び広告代理事業などのモデルケースを研究し、改善案等を提示できる戦略志向及び問題解決能力を向上させることが本授業の目的である。具体的には、経営戦略分析の基礎を教えたあとに、インターネットに従事する企業のケーススタディを2回解いてもらう。授業内外におけるグループワークにより、学生の相互知識交流をうながすとともに、事業を経営することそのものも実感してもらいたい。以下の履修条件に留意すること。

到達目標
インターネットのビジネスモデルを分析し、改善案を提示でき、かつ書類にまでおとせる技術を養うことを目標とする

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	8/9	ビジネスモデル分析手法等	ビジネスモデルとは、経営環境分析手法、戦略の考え方、マーケティング手法など
2	8/23	インターネットメディアのビジネスモデル研究1	テーマに沿ってグループワークによる研究を行う
3	9/6	インターネットメディアのビジネスモデル研究2	テーマに沿ってグループワークによる研究を行う
4	9/13	インターネットコマースのビジネスモデル研究1	テーマに沿ってグループワークによる研究を行う
5	9/27	インターネットコマースのビジネスモデル研究2	テーマに沿ってグループワークによる研究を行う
6	10/4	ビジネスプラン発表及び筆記試験	ビジネスプラン発表:実際にネットビジネスを学生に考えさせる

履修条件
実際にインターネット関連事業の事業計画書などを作成した人に限定する。場合によっては履修試験をする場合がある。

評価方法
①筆記試験1回)もしくはケーススタディ1回の発表内容、②出席率は50%以上(高出席ほど配点は高い)、③左記①と②の重みは1:1

教材・教科書・参考資料等
必要に応じて配布

★2T更新（日程のみ）

114　基礎科目

インターネットマーケティングA

●単位：1単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　必修選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：10/4開講　第2トライメスター後期　毎週木曜1限
●定員：35名（ゼネラルプロデューサープログラム優先）

担当教員
海老根智仁

授業概要

インターネット白書によると2005年のインターネット利用者は7000万人を越えると言われている。今後インターネットという存在は、企業の商品開発活動や販売活動自体に大きな影響を与えると思われる。故に個人等が、モノを創造する、もしくは商品や価値を交換するマーケティングプロセスの中で、インターネットは1つの構成要素になったと言えるであろう。
本授業は、従来のマーケティング論、インターネットマーケティング論及びその融合領域を事例中心に学ぶことを目的とする。具体的には、インターネットマーケティング、従来型マーケティング論との関係性、WEB開発とデータ解析手法、オンライン広告、ECRM及びコミュニティマーケティングなどである。

到達目標

インターネットマーケティングの全容を知り、企業のマーケティング担当者に対しコンサルテーション・アドバイスができる知識習得を目標とする。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	10/4	インターネットマーケティング及びWEBユーザビリティ	インターネットマーケティングの定義、WEBユーザビリティの詳細項目など
2	10/11	オンラインコミュニティ及びECRM	オンラインコミュニティの類型、その活性化手法及びECRMの手法など
3	10/18	インターネット広告と効果測定	インターネット広告の類型、バナー広告、メール広告、携帯広告など
4	10/25	SEM及びネットリサーチ	SEMの定義、リスティング広告、SEO及びネットリサーチのメリット・デメリットなど
5	11/1	媒体開発及びアフィリエイト	懸賞サイト、クリック課金サイト及びアフィリエイトネットワークの作り方など
6	11/8	ケーススタディ（グループ討議と解説）	懸賞サイトのインターネットマーケティング事例

履修条件

特に無し（ゼネラルプロデューサープログラム優先）

評価方法

①筆記試験1回）もしくはケーススタディ1回の発表内容、②出席率は50%以上（高出席ほど配点は高い）、③左記①と②の重みは1：1

教材・教科書・参考資料等

必要に応じて配布

115　実践基礎科目　インターネットマーケティングにおけるデータ分析基礎

●単位：1単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：4/17　第1トライメスター　毎週火曜1限
●定員：24名

担当教員
衣袋宏美

授業概要
インターネットに関わるビジネスも、投資対効果など客観的な数字で冷静に評価されるようになってきている。またネットに関わる多くの人が、ネット視聴率やアクセス解析などの各種の膨大な数字など情報が身近になり、利用する機会が増えてきている。一方でそれをきちんと使うための基礎知識がないため、統計に裏づけられたかのごとく様々な怪しい数字が一人歩きしているのも事実である。アクセス解析の指標で誰でも集計仕様が同じと思っているデータが、実は集計仕様が異なる事で全く解釈が逆になることもありえる。
本講座では、数字に騙されないための全般的な調査データに関わる基礎知識を習得した上で、ビジネス上の敵を知るためのマクロデータであるインターネット視聴率の正しい使い方を習得してもらう。基礎的な知識は最低限の講義を行い、実際に考え、レポートを作成する演習を行う事で、実践力を身に付けて頂く。

到達目標
本授業は、ネットのメディアデータを扱う上での基本的な知識を習得し、実際のデータを使った演習を通じて、どう分析するかを考え、実際にデータを駆使してレポートにまとめる力をつけることを目標とする

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	4/17	メディアデータと統計の基礎	インターネット視聴率やアクセス解析データはメディアデータと言えるが、そのメディアデータを扱う上での基本知識を習得してもらう。具体的には調査、メディア調査に関する基礎、調査データの読み方、基本指標の使い方、分析視点などについて解説する。
2	4/24	ネット視聴率とは	ネット視聴率のデータが作られるまでのプロセスとASPサービスの出力データの概要を解説し、使い方（操作方法）に関しても学ぶ。（各自PCの持込を必須とする）
3	5/8	分析演習～その1	実際のネット視聴率データの一部を素材として提供し、分析課題を課す。机上での分析計画を練り、各自の分析計画を発表してもらう。（PCの使用は不可とする）
4	5/15	分析演習～その2	グループを編成した上で、前回課した課題に対して、実際のASPサービスのデータをフル活用して分析レポートの作成を開始する。
5	5/22	分析演習～その2（続き）	分析レポート完成に向けての情報整理とプレゼン資料の作成。
6	5/29	分析演習～その2（発表）	グループ別に分析レポートを発表してもらう。

履修条件
ノートPCを持参できること

評価方法
授業内課題+最終課題→70点、参加態度30点、出席率50%以下は評価せず（出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）

教材・教科書・参考資料等
以下は推奨本。統計でウソをつく法（講談社ブルーバックス、ダレル・ハフ著、高木秀玄訳）、データの罠 世論はこうしてつくられる（集英社新書、田村秀著）

１１６　実践基礎科目

コンテンツプロデューサーの為の会計･税務

●単位：１単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次：１･２年次
●時間割：１２/８　第３トライメスター　毎週土曜２限
●定員：２４名

担当教員
伊藤三八

授業概要
コンテンツビジネスプロデューサーには、会計や税務はもちろん、営業企画から、財務、法務、制作、人事、営業、広報といった、一般企業に存在する異なった機能を横断的に管理する能力が求められている。さらに、コンテンツ業界の内外から広く資金を投入させ、我が国のコンテンツ産業を更に飛躍させていくためにも金融機関や投資家にこの産業の実情を正確に理解させていく責任も背負っている。
この授業では、業界の内外でプロデューサー自身やコンテンツ業界の信頼を確保する為に重要となる会計及び税務の全体像と重要性を理解しつつ、日々の業務の中では信頼できる専門家を利用しながらビジネスを進めていけるレベルに到達することを目標とする。

到達目標
会計・税務に関する日常業務を、専門家を利用しつつ進めていけるレベルに到達すること。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	12/8	会計とは何か？ 複式簿記の手続き	会計の概論 財務会計の概論 貸借対照表、損益計算書の概論 減価償却、引当金の概論 会計方針の概論
2	12/15	企業会計原則 新会計基準の導入	一般原則の概論 損益計算書原則の概論 貸借対照表原則の概論 連結財務諸表の概論 キャッシュ･フロー計算書の概論
3	12/22	事例研究①	コンテツン業界（映画製作、音楽、出版、ゲームソフト、放送）の決算短信を事例研究、レポートの作成、ディスカッション
4	1/5	管理会計の基礎	中長期経営計画の概論 個別構造計画の概論 利益管理の概論 予算管理の概論 原価管理の概論
5	1/12	税務会計の基礎	税務会計の概論 課税所得の概論 確定決算主義の概論
6	1/19	事例研究② 論文試験	コンテツン業界（映画製作、音楽、出版、ゲームソフト、放送）の決算短信を事例研究

履修条件
受講にあたり、簿記検定３級レベルの知識が必須となる。

評価方法
授業内課題+論文試験→９０点、参加態度１０点、出席率３０％以下は評価せず

教材･教科書･参考資料等
教材・教科書：講義前に告知する(直近に刊行された図書を指示いたします)
参考資料　　：適宜紹介

117　実践基礎科目

コンテンツビジネス法務･財務

●単位：1単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　必修選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次：1･2年次
●時間割：8/22開講　第２トライメスター　毎週水曜１限
●定員：２４名（ゼネラルプロデューサープログラム優先）

担当教員
土井宏文

授業概要
コンテンツ産業が更なる発展をし、我が国を代表する輸出産業となるためには、金融機関をはじめとする外部事業者からのリスクマネーをコンテンツ制作へ流入させる必要がある。そのような意味において、コンテンツ制作の担い手である制作会社、独立系プロデューサーにとって、法律／財務の面から出資者（投資家）に対する説明責任（アカウンタビリティ）をきちんと果たす能力がこれから益々必要になってきている。本講義では、資金調達を行う際の金融的アプローチに基づく財務分析、及び著作権に絡む法務の専門知識を講義する。

到達目標
①基本財産となる著作権の性格等を踏まえつつ、コンテンツ産業のリスクとリターンについて業界外の人に説明できるようになる（５０%）。
②また、資金調達を行う際の制度・法律面の基本を理解し、比較検討が出来るようにする（３０%）
③以上をベースに金融機関等とも議論が出来るレベルまで到達してもらう（２０%）。
（注）パーセンテージはあくまでも目安である。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	8/22	コンテンツ関連法務･財務概論	本授業内容の概論
2	8/29	資金調達に関わる法律論（1）	コンテンツ制作資金の各種調達方法を解説し、それぞれのメリット･デメリットを検証
3	9/5	資金調達に関わる法律論（2）	同上
4	9/19	著作権（日本･米国）	日本及び米国に於ける著作権法を概説するとともに、実務との関連をゲストを通じて感じてもらう
5	9/26	コンテンツビジネスに於けるリスクとリターンの分析	コンテンツ流通実態を解説するとともに、ビジネス上のリスクとリターンについて考察する
6	10/3	新たなコンテンツファイナンス論	2～5回の事業を通して新たなコンテンツファイナンスとしては何が必要かを、行政の動き等も踏まえ考察する
7	10/10	全体の復習と成功事例の紹介	全体の復習をするとともに、実践のプロデューサーにコンテンツビジネスの現状を語ってもらう

履修条件
特になし

評価方法
授業内課題+最終課題→80点、参加態度20点、出席率30%以下は評価外

教材･教科書･参考資料等
教材・教科書(購入必須)
「コンテンツビジネスの資金調達スキーム」　「コンテンツビジネス法務・財務/実務論」　いずれも九天社
参考資料
「映像コンテンツ産業論」　菅谷 実、磯本 典章、各務 洋子、鷹野 宏行、中村 清、内山 隆（著）／丸善株式会社
「知的財産 戦略･評価･会計」　渡邊俊輔（編著）／東洋経済新報社

118　実践基礎科目

映画製作におけるファイナンスとリクープ

●単位：2単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　必修選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：4/22　第1トライメスター　毎週日曜3限
●定員：45名（ゼネラルプロデューサープログラム優先）

担当教員
亀田卓

授業概要
近年、ビジネスとしての映画の再評価、資金調達スキームの多様化等により、コンテンツ業界の外からも映画製作資金が集まるようになってきている。しかしながら、映画業界内で資金調達に関する知識やノウハウが共有されているかというと、まだそこまではいたっておらず、今後は、資金調達の知識やノウハウを持っているプロデューサーと持っていないプロデューサーとで、活躍するビジネスの幅や規模に大きな差が出てくると思われる。
　本講義では、ビジネスとしての映画（あるいは他のコンテンツ）に興味を持つ院生諸君が、映画ビジネスの仕組や資金調達のスキームを理解し、自らのステップ・アップに役立てられるよう、講義を進めていく。

到達目標
映画ビジネスの仕組や資金調達のスキームを理解し、実践できるレベルを目指すものとする

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	4/22	イントロダクション	・日本で初めて興行を証券化した時の話
2	5/13	私の経験をファイナンスの視点で解説	金融の知識と映画のファイナンスの関係／投資と融資／リクープの概念／調達コストの概念／現在価値の概念
3	5/20	日本の映画ビジネス①	日本における映画ビジネスの特性／日本における映画ビジネスの様々な機能／映画ビジネスの各機能を担うプレーヤー
4	5/27	日本の映画ビジネス②	製作委員会方式／映画製作の支出と収入／ミニマムギャランティー
5	6/3	日本の映画ビジネス③	ブランデッドエンタテインメント／プロダクトプレースメント／収益の分配の考え方
6	6/10	資金調達手段の体系①	コーポレートファイナンス・・・融資／コーポレートファイナンス・・・投資／プロジェクトファイナンス・・・融資 ／プロジェクトファイナンス・・・投資①
7	6/17	ゲストスピーカー	みずほ証券　林氏
8	6/24	資金調達手段の体系②	ポートフォリオ理論／プロジェクトファイナンス・・・投資②
9	7/1	新しいファイナンス手法	日本版ＬＬＰ他／アメリカのファイナンス手法
10	7/8	資金調達のまとめ	資金調達手法のまとめ／プレゼンテーションの重要性及び考え方
11	7/15	全体のまとめ	生徒の方々の要望に応じた補足／私の経験談／全体のまとめ
12	7/22	潜在意識の使い方	精神論／潜在意識について／映画プロデューサーとしての有効な潜在意識の使い方

履修条件
特に無し

評価方法
授業内課題+最終課題→80点、参加態度→20点、出席率30%以下は評価外（出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）

教材・教科書・参考資料等
プロデューサーカリキュラム（経済産業省企画）

デジタル映像表現手法

●単位：２単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　必修選択
●履修年次：１・２年次
●時間割：４/１７開講　第１トライメスター　毎週火曜２限
●定員：４５名（コンテンツディレクタープログラム優先）

担当教員
小倉以索

授業概要
映像制作の表現と技術は、コンピューターの発展とともに急速にデジタル化へと転換していきている中、カメラ、フィルムなどの従来の制作技術の環境との協調がますます必要とされている。特に映像の表現として実写映像やアニメにおいて表現できない、もしくは演出として効果的な３ＤＣＧ、ＶＦＸ技術を活用するケースが圧倒的に増加しており。また、近年、ハリウッド映画に特に見られる傾向として３ＤＣＧが実写の演出手法としてのポジショニングであったものに対して、３ＤＣＧそのもので描く世界観が価値として認知されるようになった。そこで、デジタル化が進む映像表現における技術について理論的に理解し、今後のデジタル映像表現を考察することが映像コンテンツを扱う重要なポイントとなる。
本講座では、まずデジタル表現の変遷を理解し、その上で、３ＤＣＧ、実写、アニメ表現などの関係や合成について、その理論と手法を学ぶ。とくに３ＤＣＧについては、高度なモデリング手法、アニメーション手法、レンダリング手法について論じる。また特殊効果であるＶＦＸ技術とその表現についても、先端的活用例について論じる。さらに３ＤＣＧアニメーションは、独立した表現形式としての地位を占めるようになったが、その発展動向と、表現の可能性についても論じる。これらのことを基に、今後のデジタル映像表現領域についての知見を得ることを目的とするものである。

到達目標
映像作品に対して、CGディレクターとして的確で、説得力のある意見（良点や修正点など）を論理的に発言できるようになること。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	4/17	オリエンテーション	全12回の授業内容紹介
2	4/24	CG製作工程及びモデリング基礎論	ＣＧを使用した映像（フル３ＤＣＧ、特殊効果）の制作パイプラインを理解するための基礎用語及び、基礎技術の理解及び習得を目的とする。また、ＣＧ映像の第１工程であるモデリングに関しての基礎用語及び、基礎技術の理解。
3	5/8	モデリング応用論	モデリング基礎論を理解した上で、応用的技術の理解を深めることを目的とする。また、実務レベルにおいてのモデリング技術のトレンドとこれから考え得る方向性及び、その将来像を論ずる。
4	5/15	アニメーション基礎論	ＣＧの世界において、『物体を動かす』、『キャラクターに演技をさせるため』の技術であるアニメーション技法の基礎技術及び、基礎用語の理解と習得
5	5/22	アニメーション応用論	アニメーション基礎論を理解した上で、応用的技術の理解を深めることを目的とする。また、ジャパニメーションと呼ばれる日本のセル画アニメーションの技法とその基礎知識を理解し、今後の可能性を論じ合う。
6	5/29	レンダリング基礎論	３ＤＣＧ世界における完成状態を２Ｄという映像に変換させるための技術であるレンダリングに関しての基礎用語及び、基礎技術の理解と習得を目的とする。また、実際の３DCGによる静止画を熟見しながら、そのクオリティーに関しての意見を論じ合うことで『CGを見る目』を養う。
7	6/5	レンダリング応用論	レンダリング基礎論を理解した上で、応用的技術の理解を深めることを目的とする。また、最新のレンダリング技術である間接光による表現とその技術を理解することで、その効果と効率性を論じ合う。
8	6/12	特殊効果技術基礎論	実写映像作品における重要なファクターである特殊効果に関しての３ＤＣＧの基礎用語、基礎技術を理解し習得する。また、昨年度のSiggraohにおける最新の事例から、応用技術を理解し、その効果や効率性に関して論ずる。
9	6/19	3DCGショートストーリー制作論及び、最終課題告知	3DCGを使ったショートストーリーを制作する上で、必要最低限の基礎知識の習得及び、制作の為の方法論を理解する。また、この回に最終課題の告知を行う。
10	6/26	最新CG映像事例紹介	ゲスト（未定）の方を交え、CGの最新技術やその事例から、今後の映像表現手法に関して理解し論じ合う。
11	7/3	サマリー/レポート・プレゼンテーション	最終課題プレゼンテーション（前半）
12	7/10	サマリー/レポート・プレゼンテーション	最終課題プレゼンテーション（後半）

履修条件
とくになし

評価方法
授業内課題+最終課題→70点、参加態度30点、出席率50%以下は評価外

教材・教科書・参考資料等
必要に応じて配布

映像監督のストーリー演習

●単位：2単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　必修選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：4/18開講　第1トライメスター　毎週水曜1限
●定員：３０名（コンテンツディレクタープログラム優先）

担当教員
山本和夫

授業概要
映画やテレビドラマを制作するものにとって、もっとも大切なことは、シナリオへの理解と知識を深くもつことといえる。本講座においては、ハリウッド映画のヒット作品を解析し、ストーリーの必須的な構成要素を学習していく形式をとる。
まず、ストーリーの構造分析、テーマ設定、プロットライン分析、キャラクター論、ダイアローグ論を、ヒット作品を通じて学び、その後、プロット作成、ストーリーボード作成を経て、シナリオ作成演習を行う。このことによって「シナリオの評価」と「問題点の指摘」が的確に出来るメソッドを学んでいくこととなる。自らシナリオを作ってみることにより、脚本家が陥る苦境を体感することは、監督、プロデューサーにとって、たいへん重要なことである。またシナリオについて問題が起きたときの監督、プロデューサーとしての救済、解決のメソッドについても実践的に解説を行う。

到達目標
・映画等ストーリーコンテンツのストーリー分析が出来る。
・ストーリーに問題が生じたときに、どこに問題があるか指摘できる。
・自分のストーリーアイデアを、簡潔なプロットに変換することが出来る。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	4/18	ヒアリングとガイダンス	各自から成長過程においてどんな時期にどんな映画等に影響を受けたかのアンケートを取り、人間とストーリーの関係を実感させる。また同じＣＧ映画であるトイストーリーとファイナルファンタジーの比較をし、ストーリーがいかに映画ビジネスの生命線を握るかを学習する。
2	4/25	ストーリーの歴史と心理学	折口信夫やギリシア神話から物語の発生の過程を学習。またユングの著述を通して、神話と心理学の関係性を学習。ストーリーが人間の心的進化と密接に関係があることを理解する。
3	5/9	ストラクチャー概論	前回の宿題として映画「ジョーズ」を各自、事前に鑑賞しておく。「ジョーズ」のシナリオを分析し、ハリウッドの「三幕構成」を学習。ストラクチャーの重要性を理解する。
4	5/16	テーマについて	前回の宿題として映画「ＬＡコンフィデンシャル」を各自事前に鑑賞しておく。「ＬＡ・・・」を分析し、この映画に貫かれているテーマを把握。テーマの重要性を理解する。
5	5/23	ストーリー分析①	前回の宿題として「スパイダーマン」を各自事前鑑賞。シナリオ分析し、特に神話のパターンが用いられているところに着目して、この映画のヒットの秘密に迫っていく。
6	5/30	ストーリー分析②	前回の宿題として「アメリカンビューティー」を各自事前鑑賞。主要登場人物ひとりひとりの変遷を各自が発表。より高度なストーリー分析を習得する。
7	6/6	ジャンルの研究	コメディー・ホラー・ＳＦ・ミステリーなど各ジャンルの特性を、ヒット映画を参照しながら理解する。
8	6/13	ダイアローグ論	前回の宿題として「プリティーウーマン」を各自事前鑑賞。ダイアローグ（台詞）に着目し、登場人物の心情がどのような形で台詞に変換されているかを分析。ダイアローグの構造を理解する。
9	6/20	キャラクター論	前回の宿題として「ラブアクチュアリー」を各自事前鑑賞。複数のキャラクターがどういうテーマを背負って構成されているかを分析。キャラクターの表現法を学習する、
10	6/27	シナリオ作成演習①（シークエンス）	前回の宿題であったオリジナルストーリーのプロットを各自発表。テーマやシークエンスの問題点を教員が指摘し、修正案をグループ毎に検討する。
11	7/4	シナリオ作成演習②（ダイアローグ）	前回の宿題であったオリジナルストーリーのプロットを各自発表。ダイアローグの問題点等を教員が指摘し、修正案をグループ毎に検討する。
12	7/11	プレゼンテーション実習	完成した作品を各自キャラクターの詳細な説明も交えて、最終プレゼンを全員の前で行う。プレゼンテーションの評価を教員、学生交えて行う。

履修条件
特になし

評価方法
授業内課題+最終課題→40点、参加態度60点、出席率40%以下は評価外

教材・教科書・参考資料等
教材・教科書：「ジョーズ」等の翻訳シナリオ。ハリウッドストーリーアナリシス
参考資料　：クリストファー・ボクラー著「ライターズジャーニー」（愛育社）　河合隼雄著　「昔話の深層」（講談社）
他、適宜紹介

ITソリューション導入手法

●単位：2単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　必修選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：11/28開講　第3トライメスター　毎週水曜2限
●定員：30名

担当教員
三淵啓自

授業概要
プロジェクト管理、コミュニティ運用、集客、eコマース、ＣＲＭ、顧客サービス、ＡＳＰ、業務のＩＴ化など、情報技術を用いたソリューションは、今やあらゆるビジネスに、日常的に使われるようになった。本講座においては、いろいろなＩＴソリューションを実例から学ぶことにより、現状を把握し、これからの時代のＩＴソリューションを構築しうる力を身に付けることを目的としている。
講座では、まず、実際にグループウェアを使い、情報の活用や管理がＩＴソリューションを使ってどのようにできるかを学ぶ。さらに一般的に言われているＩＴの種類や活用方法を、いろいろな実例を交えて学んでいく。さらにＩＴの先駆者であるアメリカにおいて、ＩＴソリューションがどのように活用されているか、技術面、マーケティング面について、日本とどのように違うかを比較検討していき、ＩＴの将来動向について論じる。

到達目標
１．現状の把握、解析能力を高める。
２．企画立案、ITを使った改善策の提案ができるようになる。
３．企業もしくは、コンサルティングに、必要な基礎知識を学ぶ。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	11/28	ITソリューション概論（課題提出）	多岐にわたって展開されているITソリューションについて、全体的な概論やその活用法を事例を挙げて説明し、後半はグループワークにより、新規ITソリューションを考えてもらう。
2	12/5	グループウェアの活用	コミュニケーションを円滑にする為の、ソリューションの例の説明。授業で使っているグループウェアの特色を研究する。
3	12/12	コミュニティ運用	チャットおよびＢＢＳのコミュニティ運用といったITソリューションに関して、運営の実情を聴き、将来性やそのビジネスの展望を考えてもらう。
4	12/19	集客ソリューション	集客のために使われているソリューションの種類や効果について検証する。集客キャンペーン等に行われているWeb上でのイベント等の評価やそれにより集まった顧客情報の管理、再活用についてのノウハウを学ぶ。
5	12/26	Eコマース	大規模販売システムの構築、管理・運営事例を聴き、それを基にEコマースにおける問題点や改善点について検討していく。
6	1/9	ＣＲＭ・顧客サービス	問題解決、クレーム処理等のサービスや、必要な情報のダウンロードや使い方についての顧客サポートの評価と検証をする。
7	1/16	ＡＳＰ	ＡＳＰの概要および活用法、自社開発した時の初期コストと維持にかかる運営コストの違いを評価し、判断基準を学ぶ
8	1/23	業務IT化ソリューション	社内、または社外との業務をIT化することにより効率化するソリューションの事例の検証、および例題にするソリューションの構築。
9	1/30	モバイルソリューション	モバイルならではのサービスの種類や、活用例を説明。ならびにそれを使って可能なサービスの仮想提案をする。
10	2/6	アメリカのIT事情比較論	シリコンバレーの現状や動向、アメリカでのモバイルビジネスの方向性の違いを説明する。
11	2/13	特別講義	モバイルならではのサービスの種類や、活用例を説明。ならびにそれを使って可能なサービスの仮想提案をする。
12	2/20	ITの将来性について	モバイルツールからユビキタス時代の将来展望について。

履修条件
ＷＥＢプロデュース２（システム）を履修のこと

評価方法
出席３０％＋小課題（毎週）＋大課題（２回）
＊授業内のグループディスカッションも考慮する

教材・教科書・参考資料等
推奨：「WEBプロデューサー仕事の始め方」橋上 祐介、「Webプロデュースのすべて」渡部哲也、「プロジェクトはなぜ失敗するのか―知っておきたいITプロジェクト成功の鍵」伊藤 健太郎、「商用Web構築実践ワークフロー」坪井 典弘、「ネット<攻撃・クレーム・中傷>の傾向と即決対策」田淵 義朗, 須賀 明良、「プロフェッショナルWebプロデュース―プロとしてのWebサイト制作の基礎」Jules Yoshiyuki Tajima

122　実践基礎科目

ＷＥＢコンテンツ編集

●単位：1単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　必修選択
●履修年次：1・2年次

●時間割：　第3トライメスター　開講予定　12/10開講予定　毎週土曜4限
●定員：２０名（コンテンツディレクタープログラム優先）

担当教員
矢野貴久子

授業概要
インターネットメディアのコンテンツ制作に、書籍や雑誌の中で広く発展してきた編集やアートディレクションの手法を取り入れることで、ＷＥＢサイトのクリックレート、滞在時間、ＰＶ（ページビュー）等がアップすることが広く理解されるようになってきた。ネットメディアはもちろんのこと、企業のホームページからＥコマースサイトの商品紹介まで、実際にクリックされ、読まれ、製作者の思惑通りにユーザーを誘導し、目的を達成するコンテンツを制作するためにはどういった要素が必要なのかを、全6回の授業を通して学んでいく。

到達目標
雑誌の編集作法とネットの特性を組み合わせて使いこなす技術を、実際に体験しながら習得し、ディスカッションと課題による理解度70%以上を目指す。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	1/19	オリエンテーション メディアにおける編集の重要性	「クリックされる」「読ませる」Web作りに欠かせないのが、編集者の視点。切り口、構成、文章力、ビジュアルなどをバランスよく統合していく能力が求められます。
2	1/26	ラフコンテを書いてみる ～まず何から始めなければならないか	実際にコンテンツを作成する際のラフコンテの描き方を、エディトリアル視点で説明します
3	2/2	ビジュアルについての考え方 ～ビジュアルを見極める視点を養う	アートディレクターなどと協力をして、全体のトーンを決定していくのも編集者の仕事です。コンテンツの目的にあったビジュアルの選定眼を養うための講義を行ないます。
4	2/9	ユーザーをひきつけるためのコピーライティング～タイトル・リード・キャッチの書き方	読者を引き込ませるための、タイトルなど書き方。文字の大きさなどを含めて全体のデザイン構成にも関わるノウハウの伝授。PVアップのための必須テーマです。
5	2/16	文章構成力～文章をユーザーに飽きさせずに読ませる技術	「読ませる」テキスト原稿を書くためのテクニックを具体的に伝授。また、ライターの方への指示の出し方など研究します。
6	2/23	コンテンツビジネスの可能性について	見せる、読ませる、あるいは参加させる「Webメディア」として、どのようなビジネスの可能性があるかについて、講義とディスカッション形式で考えていきます。

履修条件
Cafeglobe.comの中のいちコンテンツとして自分がやりたいものをA4１枚にまとめてきてください（フォーマットは自由）。

評価方法
授業内課題+最終課題→80点、参加態度20点、出席率30%以下は評価外

教材・教科書・参考資料等
杉山知之先生編『デジタルの仕事がしたい』岩波ジュニア新書　740円のp.123～　「Webメディアコンテンツ編集」という章にて編集とは？
を中・高校生向けに解説しておりますので読んでおいてください。

映像プロデュース

●単位：２単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次：１・２年次
●時間割：１１/２６開講　第３トライメスター　毎週月曜２限
●定員：３０名

担当教員
木村元子

授業概要
映像プロデューサーは、映像の企画から始まり、最終的な上映に至るまで、様々な行程を管理し、プロジェクトを成功させなければならない使命を持つ。本講座においては、映像プロデューサーの仕事について、基本的な役割と行程での管理の流れを理解した上で、それぞれの行程における問題について論じていくものである。まず、プリプロダクションにおいては、企画立案、キャスティングと制作スタッフの組成、脚本について論じる。とくに企画立案及び脚本に関連する映像作品の基盤ともいえる「演劇論」については、ストーリーの組立てという点から西洋と日本の古典それぞれから、普遍的な要素を論じていく。さらに、行程管理に関しては、とくに制作予算管理について論じる。また、ビジネス面で最も重要な各種の権利処理に関しては、とくに最新事例を学ぶ。また、実例を元に、ケーススタディを行い、予期されるトラブルについて、プロデューサーがどのように対処していけばよいか論じ、最終的に、映像プロデューサーが基本的に理解していなければならない事柄について、一通りの知識が得られるものとなっている。

到達目標
映像プロデューサーが理解していなければならない基本事柄についての知識を修得すること

主な内容

回数	日程	授業タイトル	授業内容
1	11/26	映像プロデュース概論	企画、脚本などのプリプロダクションからポストプロダクション、ＯＡ、上映までをコントロールするプロデューサーの具体的な役割を学ぶ。また企画立案の基礎を学ぶ。また、プロデューサーとしての心構え、プロデューサーとしての倫理を学ぶ。
2	12/3	ビデオグラム概論	映画、テレビ共に大きな収益源となるビデオグラムの仕組みの基礎を学ぶ
3	12/17	ストーリーの基礎	全ての映像の基礎となる、ストーリーデベロップメントについて学ぶ。また効果的な企画書作成法、プレゼンテーション法を学ぶ。参考教材：スターウォーズⅣ
4	1/7	キャスティングについて 企画立案ケーススタディ１	プリプロダクションの大きな項目である、キャスティングについて学ぶ。キャスティングにおいては、タレントプロダクションの機能を解説し、実際のキャスティング方法を講義。企画立案のケーススタディ。
5		スタッフについて 企画立案ケーススタディ２	プリプロダクションの大きな項目である、スタッフキャスティングについて学ぶ。演出、制作、美術、技術など各パートの役割を学ぶ。企画立案のケーススタディ。
6		ファイナンス・予算 企画立案ケーススタディ３	プロデューサーの重要な任務となる資金の集め方の基礎、また、予算管理について学ぶ。映画、ＴＶに分けてそれぞれの予算の内訳を講義する。さらに、ケーススタディとして、実際にある企画を元に予算を組み立て、制作費の流れを学んでいく。
7		脚本の読み方/企画プレゼン１	映像の基礎を固める、脚本の成り立ち、脚本の作り方について講義。脚本家、ディレクターとの共同作業となる脚本作りのノウハウを学ぶ。
8		モバイル・Ｗｅｂなどの新しい分野の映像コンテンツ/企画プレゼン２	需要がさらに増えると思われる、新メディアの動向を学ぶ。
9		プロデュース論	プロデューサーゲストを迎え、実際に映像制作で起こる問題などを学ぶ。
10		演劇論	エンターテインメントのはじまりと言われる演劇について、ビジネスの仕組みなどを学ぶ。
11		ポストプロダクション	編集、ＭＡなどのポストプロダクションなどのプロデュース方法論を学ぶ。
12		海外展開、ブランディングについて	最近活発に行われている、映像コンテンツの海外展開、ブランディング、フランチャイジングについて学ぶ。

履修条件
特になし

評価方法
授業内課題+最終課題→70点、参加態度20点、出席率30%以下は評価外

教材・教科書・参考資料等
必要に応じて配布

コンテンツ・メディア・プロダクション

●単位：2単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　必修選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：8/24　第2トライメスター　毎週金曜1限
●定員：４５名

担当教員
櫻井孝昌

授業概要
出版、映画、放送、制作プロダクション、ＷＥＢ、モバイル等、既存のコンテンツ産業において、コンテンツ制作は独自に発展してきたといえる。コンテンツ制作は、制作技術だけでなく、それぞれのメディアやコンテンツの普及時期と対応する社会文化や産業構造、また主に制作に関わる人材が持つ教育訓練背景などにも大きく影響を受けている。本講座においては、1名の専任教員のナビゲーションに基づき、各コンテンツ制作現場で、実際に多くの仕事を行ってきた経験豊かなプロデューサー、ディレクターをゲスト講師として招き、それぞれのコンテンツ・メディア制作現場のプロダクション構造を理解することを、第一の目的とする。その上で、異なるコンテンツ及びメディアの制作においては、どのようにプロデューサー、ディレクターの役割が異なるかを把握し、その利点と問題点等を論じることを第二の目的とする。以上のようなケーススタディを行った上で、すべてのコンテンツ制作のあらゆる行程においてデジタル化が進む時代に適応するコンテンツ・メディアのプロダクション構造を、院生と共に論じ、創意提言することとする（ゲスト講師に関しては業界の第一人者を招聘するため、ゲストブッキングの関係上、下記の内容、順序等は流動的になることをあらかじめ留意されたい）。

到達目標
コンテンツ・メディア業界それぞれの仕組みと考え方を理解し、自己の研究テーマに応用できるレベルにまで理解する。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	8/24	総論　その重要性と意味	コンテンツメディア・プロダクションという学問の意味と、その重要性について、具体的な実例を混ぜながら論じていく。
2	8/31	単行本	書籍編集の制作行程や人的構造等を論じていく。
3	9/7	「ジャンルをクロスしたコンテンツ」を作る人材とは	すべてのコンテンツ制作のあらゆる行程においてデジタル化が進む時代に適応するコンテンツメディアのプロダクション構造とはどのようなものになるか、実例をもとに論じていく。
4	9/14	雑誌編集	雑誌編集の制作行程や人的構造等を、ゲスト講師の実例や経験を交えながら論じていく。
5	9/21	音楽業界	音楽制作の行程や人的構造等を、ゲスト講師の実例や経験を交えながら論じていく。
6	9/28	映画制作業界	映画制作の行程や人的構造等を、ゲスト講師の実例や経験を交えながら論じていく。
7	10/5	アニメ制作業界	アニメ制作の行程や人的構造等を、ゲスト講師の実例や経験を交えながら論じていく。
8	10/12	広告業界	CM制作の行程や人的構造等を、ゲスト講師の実例や経験を交えながら論じていく。
9	10/19	映画買い付け	映画買い付けの行程や人的構造等を、ゲスト講師の実例や経験を交えながら論じていく。
10	10/26	アーティスマネジメント	アーティストマネジメントの仕組みや人的構造等を、ゲスト講師の実例や経験を交えながら論じていく。
11	11/2	人脈作り1	どんなにデジタル化が進んでも、それを担うのは人であり、ジャンルを超えたコンテンツを産み出していくのは人と人のつながりである。では、生産的な人間関係はどのようにして生まれていくのか、実例をもとに論じていく。
12	11/9	人脈作り2	どんなにデジタル化が進んでも、それを担うのは人であり、ジャンルを超えたコンテンツを産み出していくのは人と人のつながりである。では、生産的な人間関係はどのようにして生まれていくのか、実例をもとに論じていく。

＊上記は昨年例。ゲスト講師の都合により若干変動する可能性がある

履修条件
コンテンツ業界に強い興味を持っているもの

評価方法
授業内課題+最終課題→８０点、参加態度２０点、出席率３０％以下は評価外

教材・教科書・参考資料等
必要に応じて配布　適宜紹介

125　実践基礎科目

ＷＥＢプロデュースⅠ（制作）

●単位：2単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　必修選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：4/19開講　第1トライメスター　毎週木曜2限
●定員：30名（コンテンツディレクタープログラム優先）

担当教員
渋谷太郎

授業概要
WEBプロデューサーの仕事は、主に企画力、折衝力を駆使して、ビジネスとしての制作プロジェクトを立ち上げ、制作を遂行し、完了させることにある。営業的・技術的な知識はもちろん、価値のある「商品」としてWEBサイトをつくることが要求されるため、サイトの「価値」をつくりだす企画力と、実際に制作されたものがそれだけの価値があるかどうかを判断する能力が不可欠になる。ここでは、そのために必要な制作されたウェブサイトの価値を判断する「目」、スタッフやスキルを適正に判断する「目」を養い、それについて「語る」スキルを養うことを目的とする。

到達目標
・WEB構築の流れと、その中におけるプロデューサーの役割、業務内容を理解する。
・ウェブサイトの価値をビジネス視点で判断する能力を身に付ける。
・制作業務の概要を理解し、スタッフやスキルを適正に判断する能力を身に付ける。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	4/19	プロデューサーの役割	サイト構築の全体像と、その中におけるプロデューサーの役割。総論。
2	4/26	ヒアリングと提案	プロジェクトを勝ち取るための提案の流れやヒアリングのポイントについて理解する。
3	5/10	要件定義とプロジェクトの設計／管理	プロジェクトの成功を支える予算、スタッフ、スケジュール、目的、責任範囲、等に対する考え方を理解する。
4	5/17	制作の流れ	WEBサイト構築の流れと、そこに関わるスタッフの役割／スキル／業務内容／アウトプットについて。
5	5/24	コンセプトメイク1	WEBサイト構築の要となるコンセプトの導き出し方について実習、事例を交えながら理解する。
6	5/31	コンセプトメイク2	WEBサイト構築の要となるコンセプトの導き出し方について実習、事例を交えながら理解する。
7	6/7	構造設計／UI設計	WEBサイトとしての構造やユーザーインターフェースを設計するために必要な考え方を理解する。
8	6/14	ビジュアルデザイン	デザインの役割や、判断／指示のポイント、クライアントへのプレゼンテーションについて理解する。
9	6/21	効果検証	構築したWEBサイトの効果を検証するために必要なメソッドやツールについて理解する。
10	6/28	運用プロジェクトとスパイラルアップ	構築されたWEBサイトの運用業務と、更なる改善を行うためのスパイラルアップ業務に必要な考え方を理解する
11	7/5	最新ツール／メソッド	CMS、効果検証ツール、LPO、SEM、CGM等、サイト構築を支えるツールや考え方について、事例を交えながら理解する。
12	7/12	試験	サイト構築に関する提案をプレゼンテーションする。

履修条件
WEBサイトの制作に携わったことがない業界未経験者、または業界経験半年未満の者を前提とする。必要な知識は、利用者として標準以上にWEBサイトを利用していること。また、ノートPCの持込を推奨する。

評価方法
授業内課題+最終課題→80点、参加態度20点、出席率30%以下は評価外

教材・教科書・参考資料等
適宜紹介

126　実践基礎科目

ＷＥＢプロデュースII（システム）

●単位：2単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：4/18開講　第1トライメスター　毎週水曜2限
●定員：40名

担当教員
三淵啓自

授業概要
ＷＥＢサイトを利用し、顧客サービスなどを行おうとするとき、ホームページとしての表現の背後に必ずシステムが必要となる。ネットワークを利用したシステムに関しては、とくに技術の進展も早く、専門技術者により開発が行われるものとなっている。現状においては、ＷＥＢサイトの企画立案、開発、運用を管理するプロデューサーやディレクターが、このシステムについて、十分に理解ができていないことにより、ネットコンテンツの普及を阻害している面があると言わざるをえない。そこで、本講義では、そこで、ＷＥＢプロデュース論２（システム）では、まず、いろいろな種類のプラットフォーム、ＯＳ、開発言語について、それぞれの特長を解説し、システムに関する基礎知識を得る。さらにコンテンツ開発・運用という立場から、その利点欠点を整理し、それぞれの選択、組み合わせ、パフォーマンス、見積り、リスク管理を、顧客のニーズと予算に合わせて、企画提案できるようにする。システムを特にコストという点から論じるという点で、実践的な知見が得られる。

到達目標
1.問題解決やマネージメント能力を身につける。
2.システムの基礎を理解する。
3.システム選定、ネットワーク設計が評価できるようなる。
4.システム及び開発の見積をしたり、評価できるようなる。
5.開発・運用・セキュリティーのリスクマネージメントができるようになる。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	4/18	WEBシステム基礎	インターネットシステムにおいて、データがサーバーからユーザーに届くまでの間のプロセス概要およびそれを理解するために必要な基礎知識を学ぶ。
2	4/25	ハードウェア・パフォーマンス	CPUのスピードやメモリー、ハードディスクといった一連のハードウェアの仕様や、そのパフォーマンスの詳細。及び実際にシステムに応用した場合の実験検証を行う。
3	5/9	OS・ソフトウェア	オペレーティングシステムやソフトウェアの違いによるパフォーマンスの相違点、開発・導入する上でのコストや管理・運営コスト、その他の判断基準について。
4	5/16	開発言語	様々な開発言語の種類の相違や利点・欠点の洗い出し、言語によるパフォーマンスの違い、開発コストの違いについて、事例を交えて学んでいく。
5	5/23	ネットワーク	ネットワークの基礎からファイアーウォールや負荷分散といった設計からコスト運用に関する事柄まで評価できるようにする。
6	5/30	データベース	データベースの基本的な構造や設計、種類によるパフォーマンスや導入コストの違いを学ぶ
7	6/6	モバイル系システム	各キャリア別のモバイルにおけるシステムの違い、留意点を実例を交え、手法・開発システムを学ぶ。
8	6/13	条件定義	開発をするにあたって必要な情報を顧客から聞き出す事、又、提案することの重要性を学ぶ
9	6/20	システム設計	システム設計の全貌を把握し、顧客の必要条件に合ったシステムを予算に合わせて設計できるようにする。
10	6/27	見積り	見積りの原理、およびその基礎知識を学ぶ。人月計算のしかた、初期コストと運用コストの違いを明確にする。
11	7/4	管理・運用・リスクマネージメント	管理・運用の手法と種類、コスト面での選定の決め手となる判断基準、加えてリスクマネージメントとは何か、どのような対処が必要かを学ぶ。
12	7/11	セキュリティ	システム全体のセキュリティー管理、ネットワークにおける改ざんの危険性、データの漏えいについての防止策とそれにかけられるコストのバランスを学ぶ。ＳＳＬ、ＳＳＨ、電子証明書等のセキュリティーアイテムの説明と、どのように使い分けるかについて学ぶ。

履修条件
特になし

評価方法
出席率２０％＋試験（２回）４０％＋ファイナル課題４０％
＊アサイメント・授業への参加態度も考慮

教材・教科書・参考資料等
推奨図書：「WEBプロデューサー仕事の始め方」橋上 祐介、「Webプロデュースのすべて」渡部哲也、「図解コンピュータ概論 (ソフトウェア・通信ネットワーク)」橋本 洋志、「図解コンピュータ概論 ハードウェア」橋本 洋志、「インターネットプロトコルがわかる」(@IT技術叢書シリーズ) 加地 真也、「プロジェクトはなぜ失敗するのか―知っておきたいITプロジェクト成功の鍵」伊藤 健太郎、「商用Web構築実践ワークフロー」坪井 典弘、「ネット<攻撃・クレーム・中傷>の傾向と即決対策」田淵 義朗, 須賀 明良、「プロフェッショナルWebプロデュース―プロとしてのWebサイト制作の基礎」Jules Yoshiyuki Tajima

その他
２回の試験は授業内回収。自由課題は最終授業から２～３週後に提出。LAN接続可能なPCの持込を推奨。

ＷＥＢプロデュースIII（企画・営業）

●単位：2単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　必修選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：8/21開講　第2トライメスター　毎週火曜1限
●定員：35名（ゼネラルプロデューサープログラム優先）

担当教員
村上亮　高橋一男

授業概要
ウェブサイトやインターネットアプリケーションサービスをプロデュースするうえで、本当に大事なことは何だろうか。本科目では、このテーマに対する理解と実践力を身につけることを大目的とした上で、以下2つのケースに大別して考察していく。①プロのエージェントとしてクライアント（＝ウェブサイトオーナー；サービスオーナー）からプロデュース業を請け負う場合。②自らがオーナーとしてプロデュースする場合。いずれのケースにも共通するスキルや知識、ノウハウは当然あり、やっていることは一見同じように見えるものの、実際に業務を推し進めるうえでは、この前提条件が異なることでポイントとなる方法論や専門技能、守備範囲が大きく変わってくるのもまた事実である。上記双方の立場からWebプロデュースを眺めてみることによって、一般論やマニュアルでは会得できない本質的なWebプロデュースの知見を得られるように授業を進めていく。この2つの異なった視点は、インターネット本来の特徴や今後発展していくであろう方向性と、現状の企業におけるインターネット/ITへの取り組み動向との間に、大きなズレがいまだ横たわっていることを把握するうえでも有効であり、このことを客観的に理解することによっていかなる立場からWebプロデュースに携わることとなっても自信を持って取り組み、成功させる地力をつけることを本科目の狙いとする。また、オーナー型プロデュースをテーマとする授業の各回では実際にネットビジネスの主要なジャンルで成功している企業の経営者にナマの経験談を聞くことにより、よりリアリティーのある実践力と精神性を養ってもらう。さらに、近年必須の知識となった、コンプライアンスや個人情報保護法への対策、及び2008年4月から施行のJ-SOX法対策についても可能な限り触れていく。

到達目標
ＷＥＢサイトやインターネットアプリケーションサービスのプロデュースに、いかなる立場から関わることになっても成功に導くことができるように、ＷＥＢプロデュースの本質を理解する

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	8/21	Webプロデュース業概観	Webプロデュースとは？①Webプロデュース(コンサルティング)会社の類別と仕事の実際②オーナー型プロデュース。それぞれの歴史背景と今後のありかたに触れ、客観的に「Webプロデュース」なるものを把握する
2	8/28	エージェント型Webプロデュース1 Webコンサルティング事業企画	エージェント型ウェブ企業の事業計画や管理方法の実践。営業/財務管理方法。人的資源のマネジメント方法。企業や組織、事業方針のデザインについて。
3	9/4	エージェント型Webプロデュース2 顧客リレーションとプレゼンテーション	①ヒアリングスキル、サイト企画設計やマーケティング施策に関する一連の表層タスク②クライアント組織体質やタイプを理解することの重要性（裏タスク）②全体の提案プラン作りとプレゼン実践スキル。
4	9/11	ハイブリッド型（エージェント型＋オーナー型）プロデュース　アライアンス営業、マーケティングプラン	ネットビジネスはどんな形態であっても単独では成立しない。協業者をいかに組み立てるか。どのような企画、着眼で市場に必要とされ、かつビジネスを成立させるか。について掘り下げる。
5	9/18	オーナー型Webプロデュース1 リアル×ネット連動サービス成功事例	オートバイテルジャパン代表社長の加登氏をゲスト講師に迎える。現在の自動車専門情報サービスNo.1のポジションに至るまでの経緯事例を通じて、ウェブ事業開発・経営全般のエッセンスを学ぶ。
6	9/25	オーナー型Webプロデュース2 ECビジネス成功事例	代表的なネットビジネス業態であるEコマースを成功事例から学ぶ。題材には年商100億越の規模となり、いま日本で最も勢いのあるECサイトを展開するZOZO TOWN（START TODAY)。代表社長の前澤氏がその秘密を語る。
7	10/2	オーナー型Webプロデュース3 モバイルビジネスプロデュース	クロスメディアビジネスの中核的存在となりつつあるモバイル。CAモバイル常務取締役霜島氏に業界や市場の構造、今後のトレンドを交えながらモバイルプロデュースの最前線を聞く。
8	10/9	オーナー型Webプロデュース4 大規模ネットゲームプロデュース	ネットゲームの真打とも言えるMMORPGを取り上げる。世界規模で展開するサイバーベンチャー、NCジャパンの最高戦略責任者Jung氏に代表タイトル「リネージュ」のプロデュースワークとビジネス展開を聞く。
9	10/16	インターネット・セキュリティとリスクマネジメント①	現在施行済みの個人情報保護法と08年4月施行予定のJ-SOX法への対応とコンプライアンス。
10	10/23	インターネット・セキュリティとリスクマネジメント②	IT化戦略策定。要件定義の要素/要件の設定～設計/開発要素スキルのハンドリング/リスクヘッジマネジメント/成果のコントロール等
11	10/30	インターネット・セキュリティとリスクマネジメント③	テクニカル、ネットワーク、セキュリティのコンサルティング
12	11/6	総括	これまでの各授業内容をディスカッションやクイズ形式を交えて総括する。簡単な最終課題を出し、一部発表の場とする。

履修条件
特に無いが、ノートＰＣ持参を推奨。また、７回目は英語での授業になります。通訳は教員が行いますが、理解できるとベスト。

評価方法
授業内課題+最終課題→80点、参加態度20点、出席率30%以下は評価せず（出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）

教材・教科書・参考資料等
本科目開始前には「Web進化論」（ちくま新書）を読んでおくこと。その他は授業中に随時紹介していく。

モバイルビジネス実践

●単位：2単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：１１/２９開講　第3トライメスター　毎週木曜１限
●定員：３０名

担当教員
岸良征彦

授業概要
現在、携帯電話におけるマーケティングは日本が世界の最先端を走っており、知見も豊富である。
本講座では、このモバイル業界の第一線で活躍している方々を毎回ゲストとして招き、モバイルビジネスを実践する上で必要な業界動向から企画、運用に関わる実務知識を身につけることを狙いとする。授業内では、キャリアの勢力変化、ＧＰＳ標準搭載、各キャリアの検索サイト連携によるビジネス環境の変化、ワンセグやＨＳＤＰＡによる放送と通信の関係変化、FlashやVGA端末による表現力の変化、コンテンツビジネスが中心であるための著作権問題、キャンペーンにおけるモバイル活用と法令順守など、その時々の最新事情を織り交ぜる。なお、携帯電話を利用したモバイル・マーケティングの手法やツールは、様々な企業から多種多様に提供されており分類が難しい状況であるが、当講座においては、これらを理解するため、モバイル マーケティング ソリューション協議会のガイドライン構成を採用し授業を展開していくものとする。

到達目標
ＰＣにはないモバイルならではの様々な制約を理解した上で、モバイルの強みを活かしたビジネスモデルを企画提案できること(最終課題)。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	11/29	モバイルビジネス概論	モバイル市場の規模、現況を簡略に説明。以後の講義に繋がる前段として、モバイルマーケティングソリューションを概括する。
2	12/6	モバイルサイト概論	モバイルサイトをプロデュースする時の必要な考え方や提案に関わる、モバイルならではの作り方などを中心に講義。
3	12/13	モバイルコマース概論	モバイルコマースサイトの作り方 ・実例紹介、企画段階から実際のローンチまで流れの説明 ・モバイルならではの注意点
4	12/20	モバイルサイト制作実技(予定)	モバイルサイト制作ＡＳＰを使って、デモ版を作る。実際の使い方を通して、ＰＣインターネットとモバイルの違いを経験する。モバイルASPを使っての講義実習。
5	1/10	モバイルメール制作実技(予定)	モバイルメールの作成および配信の注意点。モバイルサイト制作ＡＳＰを使って、デモ版を作る。実際の制作を通して、テキストメールやHTMLメールを体感する。
6	1/17	アプリ概論	モバイルではJAVAベースとBREWのアプリケーションがダウンロードして使える。端末機能との連動やゲーム、様々なことが出来る。いくつかの事例を元に、制作上のポイントを学ぶ
7	1/24	着信系概論	着信メロディに始まって、着うた、楽曲を丸ごとダウンロードできるようになったが、著作権などの問題がある。音楽ビジネスの面から、諸問題の概論を学ぶ。
8	1/31	モバイルキャンペーン概論	モバイルを使ったキャンペーンサイトの企画から制作に至るまで、実例を用いた注意点を学ぶ。
9	2/7	クロスメディアキャンペーン概論	ＯＯＨや雑誌などと連携した展開で、点から線にプロモーションの考え方が変わってきている。モバイルはキャンペーンのツールとしてもメディア連携の中で使われている。事例を紐解きながら、最新動向を学ぶ。
10	2/14	コンプライアンス概論	モバイルも法令順守が前提で、企業マーケティングに安心して利用されなければならない。そこで、製作段階での法令上のポイントや表現問題について、基礎知識を学ぶ。
11	2/21	モバイル業界の動向	業界団体およびモバイルマーケティングソリューション業界の相関図の紹介など、MMSAがおかれている環境を通じて、全体像を俯瞰する。
12	2/28	課題講評	課題で、選考委員から高評価を得た企画書をピックアップして講評。

履修条件
事業企画立案が可能なレベル。ウェブサイトの制作実務経験を有し、インターネットの基本的な知識があること。インターネットの出来る携帯電話を所有していること。

評価方法
授業内課題+最終課題→80点、参加態度20点、出席率30%以下は評価せず
制作実技があるためノートＰＣ持込必須（不可能なものは必ず事前に相談のこと）。

教材・教科書・参考資料等
モバイル マーケティング ソリューション協議会のガイドライン集。　Http://www.mmsa.jp/　よりダウンロード可能。

ベンチャーキャピタルビジネス論

●単位：1単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：1/16開講　第3トライメスター後期　毎週水曜1限
●定員：24名

担当教員
齋藤茂樹

授業概要
ベンチャービジネスのプロフェッショナルとしてのベンチャーキャピタルビジネスを新規事業のイノベーションのパラダイムがトータルとしてどのように動いているかをよく考えながら、個別のベンチャービジネス成功のためのアプローチを事業・マーケティング・提携戦略、資本政策などのベンチャー企業に関わるステークホルダーの力の構図などを実例を交えながら考えていく。ベンチャー経営を目指す学生を対象とし、自ら考えている新規事業のビジネスプランを具体化することを目標にする。

到達目標
ベンチャー企業の起業を考えている、または既に企業を立ち上げしている学生を対象に具体的な今後の企業戦略の指針となるイノベーションフレームでの戦略の考え方について、さまざまな角度から考え、自らの起業の事業計画を、ベンチャーキャピタル会社が投資対象として考えられるレベルの事業計画にブラッシュアップしていくことを目標とする。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	1/16	イノベーションシステム概論	イノベーションシステムがどのようなプレイヤーに基づき、動いているかをトータル的に捉えて、新規ビジネスがどのように動いていくかを考えていく。対象とするプレイヤーとしては、ベンチャー企業、大企業、ベンチャーキャピタル、金融機関、証券会社などである。特にアメリカシリコンバレーが90年代につくりあげたインターネットベンチャー企業の仕組みを例のとり、アメリカのイノベーションシステムがいかにシステマティックになりたってきたかを見、日本でのベンチャー経営をいかにアプローチするかを考える。
2	1/23	ベンチャー企業の販売マーケティング戦略	ベンチャー企業の商品・サービスをどのように販売・マーケティングしていくことが当該商品・サービスをエマージング・グロースの成長過程にのせていくかを考えていく。ハイテクのマーケティング理論にも触れ、ベンチャー企業の商品・サービスが大衆化するための条件・落とし穴についても見ることでステージ別の商品発展を考えていく。
3	1/30	企業の所有とベンチャーファイナンス	自ら立ち上げた会社を成長させていく過程でつきあたるのが事業発展のためのファイナンスをどのように対処していくかである。リスクマネーの株式増資をしていくことで他人資本をつかうことで成長のスピードを早めていくこととことが必須であると同時に、それは会社自体が自らのの独占のものから株主のものに変化していくことを意味する。本講義では、ベンチャーのステージごとのファイナンスと自らの会社へのガバナンスを確保するためにどのうような資本政策で対処していくかを考えていく。
4	2/6	ベンチャーキャピタルからのベンチャー企業投資のための視点	ベンチャーキャピタリストのゲストを招き、実際に関わってきたベンチャー企業の投資に際して、どのような場合に投資を実行するか、どうのような論点が議論になるかを議論していく。
5	2/13	ビジネスモデル発表1	それぞれの学生が検討している、あるいは現在、事業を実行している事業計画について、発表を中心に参加学生とディスカッションを中心に各事業計画のブラッシュアップを図っていく。
6	2/20	ビジネスモデル発表2	それぞれの学生が検討している、あるいは現在、事業を実行している事業計画について、発表を中心に参加学生とディスカッションを中心に各事業計画のブラッシュアップを図っていく。さらに、これまでの総括として、今後の次ステップについてのアクションプランについてコメントし、アドバイスを図る。

履修条件
起業、ベンチャーの経営を志すもの

評価方法
授業内課題+最終課題→80点、参加態度20点、出席率30%以下は評価せず

教材・教科書・参考資料等
特になし

応用・展開・先端科目

インターネットビジネスコンサルティング

●単位：2単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：１１/２８開講　第3トライメスター　毎週水曜１限
●定員：１８名（ゼネラルプロデューサープログラム優先）

担当教員
渡辺弘

授業概要
インターネットがビジネスにおけるプレゼンスを増す中で、どのような業種の企業においても、自社ウェブサイトを持つことが普通になってきた。単に広報目的で自社サイトを所有しているだけにとどまらず、如何に自社ビジネスの発展に貢献させることが出来るのか、自社サイトの戦略的な活用を模索する企業が増えてきている。そのような状況の中、ウェブサイト構築や制作を請け負う個人・法人に対し、より上流からの戦略コンサルティングやサイト構築後の運用提案までが、求められつつある。本講座においては、複数の業界をテーマに具体的な顧客企業を選び、その顧客企業が抱えている経営・マーケティング課題を、ウェブ活用により解決する戦略コンサルティング業務を体験してもらう。
インターネット・ビジネスのコンサルティングという仕事の特徴や留意点も解説しながら、チームに分かれてワークショップやプレゼンテーションを行い、プロデューサーとしての総合的な提案能力・応用力を身につけてもらうことを目指す。

到達目標
インターネット活用によるビジネスコンサルティングのフレームワークを習得、フレームワークに沿ったプランニングを行い、課題解決提案書がまとめられるようになること。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	11/28	戦略コンサルティング概論とプランニング基礎	基本的なプランニングステップ、ツールについて学びます
2	12/5	プランニング演習 Ⅰ_①	ポジショニング、ターゲティング、ユーザインサイト、SWOTなどから施策の方針を策定する部分を中心とした演習を行います。グループディスカッションをベースとして行います
3	12/12	プランニング演習 Ⅰ_②	前回の続き、および策定された戦略方針に基づき、インターネットや自社ウェブサイトを活用した課題解決策の立案を行います
4	12/19	プランニング演習 Ⅰ_③	演習課題 Ⅰ の提案プレゼンテーションをチーム別にコンペ形式で行います
5	12/26	事例紹介	実際のプロジェクトにおけるプランニングを紹介します
6	1/9	調査設計およびデータ分析基礎	ポジショニング、ターゲティング、ユーザインサイト、SWOTなどから施策の方針を策定する部分を中心とした演習を行います。グループディスカッションをベースとして行います
7	1/16	プランニング演習 Ⅱ_①	ポジショニング、ターゲティング、ユーザインサイト、SWOTなどから施策の方針を策定する部分を中心とした演習を行います。グループディスカッションをベースとして行います
8	1/23	プランニング演習 Ⅱ_②	前回の続き、および策定された戦略方針に基づき、インターネットや自社ウェブサイトを活用した課題解決策の立案を行います
9	1/30	プランニング演習 Ⅱ_③	演習課題 Ⅰ の提案プレゼンテーションをチーム別にコンペ形式で行います
10	2/6	ロジカルシンキングとプレゼンテーション	コンサルタントに求められる論理的な思考法とプレゼンテーション技法を学びます
11	2/13	最終課題A	最終課題（個人提出）に取り組むための、チーム形式でのブレインストーミングの時間とします
12	2/20	最終課題B	最終課題成績上位者にプレゼンテーションを行っていただきます。

履修条件
事業計画手法と、インターネットマーケティングを履修していること。または、これら科目の単位取得同等の知識を有すること

評価方法
授業内課題30点+最終課題50点⇒80点、参加態度（＝授業貢献）10点、出席10点。出席率57%以下（＝7回未満）は評価せず。

教材・教科書・参考資料等
マーケティング手法に関する書籍　インターネットマーケティングに関する書籍
CRMに関する書籍　など

131　応用展開先端科目 インターネットマーケティングにおけるアクセス解析実践

●単位：1単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：11/27　第3トライメスター　毎週火曜1限
●定員：24名

担当教員
衣袋宏美

授業概要
ウェブサイト運営責任者だけでなく、ブランドマネージャーなども、ウェブサイトにおける活動の定量的な評価として、アクセス解析データの利用が一般化してきている。一方でそれをきちんと使うための基礎知識がないため、間違った解釈をしているケースも多く見られる。
本講座では、アクセス解析の仕組みや取得するデータの定義・意味、3大手法の特徴を知った上で、目的に応じた解析をするためのポイントや、各種データを解釈する上での留意点などを習得してもらう。多数の小演習を行うことで実際に考え、レポートを作成するための実践力を身に付けて頂くとともに、関連する解説と網羅的な教材でフォローする。希望があれば、院生諸君が関与するWEBデータを演習の題材とすることも視野に入れている

到達目標
本授業は、アクセス解析データを扱う上での基本的な知識を習得し、実際のデータを使った演習を通じて、サイト利用者の行動特性全般やサイト内行動シナリオに特化した分析を行い、レポートにまとめる力をつけることを目標とする

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	11/27	訪問者の特性把握の演習とアクセス解析3手法	アクセス解析の仕組みや取得するデータの定義・意味を習得する。また3大手法の特徴を知った上で、目的に応じた解析をするためのポイントや、各種データを解釈する上での留意点なども解説する。訪問者の利用時間などから特性を掴む演習を行う
2	12/4	人気コンテンツを把握する演習とアクセス解析サービス導入プロセス	人気コンテンツを把握するための分析手法を学ぶ演習と講義を行う。また各種サービスの導入プロセスを学ぶことで、ツール設定の最適化を学んでもらう
3	12/11	サイトへの流入分析の講義と演習	入口ページと直帰率、参照元、検索フレーズの情報からサイトの流入特性を読み取る際のポイントと具体例による演習を行う
4	12/18	サイト内のユーザ遷移分析の講義と演習	経路分析によるページの改善方法、ゴールページまでのコンバージョン分析の方法など、サイト内の導線分析の講義と演習を行う
5	12/25	キャンペーン分析と利用者の環境分析の講義と演習	キャンペーンを素材として、サイトへの流入から、サイト内のゴールページ到達、コンバージョンなど、一環した分析手法を学ぶ。またユーザのPC環境のデータから何がわかるかを学ぶ
6	1/8	KPI指標の設定、小試験	サイト内容別のKPI指標やダッシュボードの設定方法を学んでもらう。簡単な終了試験と解説、まとめ

履修条件
「インターネットマーケティングにおけるデータ分析基礎」を履修しているもの。

評価方法
授業内課題+最終課題→70点、参加態度30点、出席率50%以下は評価せず
（出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）

教材・教科書・参考資料等
お奨め本です。アクセスログ解析の教科書（翔泳社、石井研二著）、Web解析Hacks（オーム社、Eric T.Peterson）

キャラクターマーケティング

●単位：2単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：4/13開講　第1トライメスター　毎週金曜1限
●定員：24名

担当教員
加藤洋

授業概要
キャラクター市場は周辺市場も含めると5兆円を越える産業と言われる。コンテンツをプロデュースする上でもキャラクタービジネスを理解することは不可欠となった。この講座ではキャラクターはどのようにして誕生し、市場を獲得し維持していくのかを国内外のキャラクターのビジネスモデルをケースメソッドとして取り入れ、即戦力が身につく内容を講義する。
キャラクターマーケティングに必要なキャラクターコンセプトの開発（仮説設定、検証、市場機会発見）、キャラクター制作（商品開発）、チャネル戦略、宣伝販促戦略、販売戦略、事業の再生化までを総合的なビジネス戦略を解説し、キャラクター・コンテンツ市場に即応できるプロデューサーのマネジメント力を身に付けることを狙いとする。

到達目標
キャラクターマーケティングの基礎知識を習得し、企業等へのキャラクター提案（新規開拓、応用等）を出来るマネジメント力を身につける。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	4/13	オリエンテーション	本講座のオリエンテーション、課題の進め方、ケーススタディ、ケースメソッドについて
2	4/27	キャラクターマーケティング概論 キャラクター史	国内外のキャラクター市場の現状を考察し、今後のキャラクターコンテンツの市場の方向性を探る。
3	5/11	ポジショニング キャラクター分類 ネーミング開発	様々なコンテンツから誕生するキャラクターの市場環境を分析し、ポジショニングマップを作成する。また、キャラクターのネーミング開発の実践を行う
4	5/18	販売促進、映像制作	商品開発のシュミレーション講義。開発から販売までのプロセスを学ぶ。サンリオがこの2月に発売したサンリオ「てのりくま」をケーススタディに学ぶ。
5	5/25	製品戦略・価格戦略・流通戦略（1）	商品開発についての講義。ケーススタディを交えたヒットコンテンツの作り方を解説。
6	6/1	製品戦略・価格戦略・流通戦略（2）	ご当地キティについての成功例、失敗例を含めて、キャラクター開発の戦略を学ぶ。
7	6/8	キャラクターの再構築	既存キャラクターの再編成、新規ビジネスプランをケーススタディを基に学ぶ。ハローキティ、ドラえもん、ウルトラマンの再構築を学ぶ。
8	6/15	デジタル著作権、商標登録	デジタル時代の著作権、商法登録について講義と実判例に基づき、ケースメソッドを行う。
9	6/22	キャラクターライセンシー戦略	キャラクター、アニメーションビジネスのライセンシー戦略を学ぶ。
10	6/29	キャラクターPR戦略、販促戦略	アニメーション、キャラクターのPR、販促戦略について、ケーススタディを基に学ぶ。
11	7/6	プレゼンテーション（1）	新しいキャラクターを開発し、マーケティング戦略を踏まえて検討し、ネーミングから商品開発、販売チャネル構築、宣伝戦略まで一貫した流れを発表する。
12	7/13	プレゼンテーション（2）	新しいキャラクターを開発し、マーケティング戦略を踏まえて検討し、ネーミングから商品開発、販売チャネル構築、宣伝戦略まで一貫した流れを発表する。

履修条件
マーケティングの未経験者でも可。ただし、マーケティングの基礎知識、用語解説などは講義では行いませんので、マーケティング概論を学んでいない方は事前に市販のマーケティング入門書などの購読をお勧めします。
推薦図書「MBAマーケティング」ダイヤモンド社　数江良一著

評価方法
授業内課題+最終課題→90点、参加態度10点、出席率30%以下は評価外

教材・教科書・参考資料等
教材・教科書：教員作成レジュメを適宜配布する。推薦図書「MBAマーケティング」ダイヤモンド社　数江良一著

コンテンツ海外展開手法

●単位：１単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次：１・２年次
●時間割：８／９開講　第２トライメスター　毎週木曜１限
●定員：２４名

担当教員
内田康史

授業概要
日本では、漫画、アニメ、音楽ソフトなど、十分な市場規模を持つ国内市場が存在してきたため、国際的なマーケティングについて軽んじて、産業が発展してきた状況がある。その間、日本のコンテンツは知的財産として十分な保護を受けないまま、世界的に普及し、今や漫画、アニメなどは日本文化の象徴として世界的な人気を博すようになってきた。また、国際的なインターネット普及により、今後ますます国内と国外を自由にコンテンツが行き来する時代となることは確実である。しかし、一方、言語・文化・慣習が異なる海外諸国とのコンテンツビジネスには、解決しなければならない多くの課題と問題を含んでいる。コンテンツプロデューサーにとって、海外への展開という領域は、流通ルートの拡大と同時に新たなコンシューマー獲得という観点において、必要不可欠なビジネスチャンスとして捉えられるべきものである。本講座においては、まず、ゲーム、アニメ、音楽、コミック・出版のそれぞれ、異なる状況で発展している国際ビジネスについて、実例を用いて解説を行う。さらに映画・アニメなど海外との共同制作においての留意点、問題点についても論じる。また、そのような海外との業務において、必要となる国際法務の基礎と、エンターテインメント・ロイヤーとの共同作業の方法、また国際ファイナンスとしてのファンドレイジングの方法などについて考察をする。

到達目標
コンテンツ事業の収益を最大化するために必要な海外展開を、法務面・ファイナンス面も含めた国際取引ルールを理解するとともに、海外市場で通用するクリエイティブ面の企画と共に国際的な事業スキームを立案すること。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	8/9	国際マーケティングとは	エンターテイメント業界で、最低限必要となる国際取引のルールと常識 プロデューサーとしての心構え
2	8/23	コンテンツの国際展開：ビジネス	ファイナンスや国際法務など、事業面の落とし穴や留意点、配給・プリセールのポイント、また共同製作を進める上での注意点など
3	8/30	コンテンツの国際展開：クリエイティブ	国際市場を前提とした企画開発のノウハウと留意点、スタッフィングやプロダクションのポイントなど
4	9/6	コミック/アニメの海外戦略	実例をもとにした実施スキームの紹介と、今後の国際展開に関する戦略考証
5	9/13	音楽/映画の海外戦略	実例をもとにした実施スキームの紹介と、今後の国際展開に関する戦略考証
6	9/20	プレゼンテーション	国際的な事業スキーム或いはクリエイティブ企画の発表会

履修条件
特になし

評価方法
授業内課題+最終課題→90点、参加態度10点、出席率30%以下は評価外

教材・教科書・参考資料等
教材・教科書：教員作成テキスト配布
参考資料　　：適宜紹介

アニメコンテンツマネジメント

●単位：２単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次：１・２年次
●時間割：１１/２６開講　第３トライメスター　毎週月曜１限
●定員：２４名

担当教員
小畑正好

授業概要
戦後、日本の映画・テレビにおいて、独自のスタイルを持って発展してきたアニメーションは、今や「Anime」として世界各国で楽しまれ、文化的にも大きな影響力を持つものとして、近年、ますます評価が高まっている。しかし、これまで、実務におけるアニメ―ションコンテンツのマネジメントがいかに行われるかについて、系統的に論じられる機会はたいへん少なかった。そこで、本講座においては、まずアニメビジネスにおけるPlanning、Sales，Product，Marketing，Returnの各過程について、具体的かつ代表的なアニメ作品を事例にして分析し、その各過程を講義していく。同時に、これまでの日本のアニメコンテンツマネジメントにおける問題点も探っていき、今後、より国際競争力を強めていく上での課題についても論じていく。

到達目標
アニメコンテンツ業界の成り立ちと今日の概要を学び、模擬的に企画立案をすることで、アニメコンテンツマネジメント業務についての理解を深める。

主な内容

	日程	授業タイトル	概要
1	11/26	アニメ産業総論Ⅰ－アニメ産業の構造と市場規模	アニメ産業の過去から予想できる近未来にかけての概要と市場の拡大の経緯を解説しつつ、受講生の到達目標をつかむ
2	12/3	アニメ産業総論Ⅱ－アニメ産業の歴史と現状	現在のアニメ産業にいたる歴史的背景を解説しつつ市場の構造などを解説する。
3	12/10	アニメコンテンツの成立とビジネスワークフローの現状	現在のコンテンツとしてのアニメ作品の企画から制作、配給までの一連と、それぞれのポジションの役割等を解説する。
4	12/17	コンテンツ・プランニングにおけるマーケッティング	作品として完成した物がビジネスとして成立する過程を解説し、マネージメントの基礎を解説する。
5	1/7	プロジェクト・スキームの構築－資金調達環境	コンテンツビジネスの資金調達経路と資金回収・分配のバリエーションを解説しつつ、マネジメントの概要を解説する。
6	1/21	アニメビジネスフィールドの考察Ⅰ－テレビ	実際のテレビアニメのコンテンツとしてのビジネスの概要と構造を解説。以降9回までコンテンツ企画の模擬的な実習を行う。
7	1/28	アニメビジネスフィールドの考察Ⅱ－劇場	実際の劇場アニメのコンテンツとしてのビジネスの概要と構造を解説。企画書制作の実習。
8	2/4	アニメビジネスフィールドの考察III―パッケージ・版権	実際のパッケージ商品のコンテンツとしてのビジネスの概要と構造を解説。企画諸政策の実習。
9	2/18	アニメビジネスフィールドの考察IV－デジタル系・new media等	海外展開、CG、ゲームなど他のメディア上のアニメのビジネスフィールドの概要と構造を解説。企画書制作の実習。
10	2/25	アニメにおける法務・著作権・契約について	アニメ作品の契約、法律等の常識を解説しつつ、受講生各自の企画書を検証する。
11	3/3	アニメプロデュース実践Ⅰ－プレゼンテーション	受講生各自の企画をプリプレゼンテーションしつつ。各自の抱える問題や質問をディスカッションして受講生の企画書を完成する。
12	3/10	アニメプロデュース実践Ⅱ－プレゼンテーション	完成した企画のプレゼンテーションをする。 今後のアニメ産業の抱える問題を考察する。

履修条件
アニメや映像等のビジネスに興味があり職業的に関係したい方優先

評価方法
授業内課題+最終課題→90点、参加態度10点、出席率30%以下は評価外

教材・教科書・参考資料等
適宜紹介、配布

★2T更新

１３５　応用展開先端科目

キャラクタービジネスマネジメント

●単位：2単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：8 / 7開講　第2トライメスター　毎週火曜1限
●定員：２４名

担当教員
島田勝夫

授業概要
経済産業省は、新産業創造戦略の一つとして「コンテンツ産業」を指定しており、その市場規模は２０１０年には‘１５兆円’と試算をしている。今後の大いなる成長産業なのである。そしてその産業の中身を分析してみるとポケットモンスターでは、直接経済効果１兆円のうち８０％はコンテンツではなくマーチャンダイジングでの売上である。更に、キャラクタービジネスは経営的に常にハイリスク・ハイリターンであり、非常に不安定要素の強いという特性を持ったビジネスである。
この講座では、玩具・雑貨・テレビゲーム・アニューズメントなど代表的な分野においてリスクヘッジをしてキャラクタービジネスを成功させた経営者を招き、自社の成功ビジネスモデルを公開していただく。
更に、キャラクタービジネスを成功させるための基本的なビジネス戦略としてキャラクター企画開発、マーケティング、営業・生産・物流、リスクマネジメントなどを講義する。

到達目標
受講生各自がキャラクタービジネスモデルの成功要因を、整理把握し、「新しいビジネスモデル」を作り上げる。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	8/7	キャラクターマーケティング論	「キャラクターマーケティング」の著者でありキャラクタービジネスのアナリストとして活躍するキャラクターデータバンクの陸川氏を招き、キャラクタービジネス市場の現状を踏まえて、データを基にした「キャラクターマーケティングの基礎」を講義する
2	8/21	キャラクター企画開発論	ガンダム・ボトムズを企画した沼本氏を招いて、キャラクター企画開発に於ける戦略を講義する。
3	8/28	営業・流通論	キャラクター商品の主体的流通は「専門店」から始まり今では「家電量販店」へと変化、流通の変遷と将来を明らかにしてゆく。またこれに伴って営業体制も変化しており、営業の変遷と将来を合わせて講義する
4	9/4	生産・物流論	今では海外生産が主流である。そのための長いリードタイムというリスクを回避してどのように多品種少量生産・多品種少量多頻度物流を実現してゆくかを講義する
5	9/11	㈱デー・エル・イーのキャラクタービジネス戦略	Flash界のトップランナーとして、Flashアニメの大ブランド、蛙男商会のプロデュースを成功させ、ショートコンテンツ制作スタジオとして、急成長を遂げている秘訣を椎木社長を招いて講義する。
6	9/18	セガトイズのキャラクタービジネス戦略	お茶犬、プーチなど多くのヒット商品を誕生させたセガトイズ・国分社長を招き、実例を基にヒット要因を分析し、キャラクタービジネスが成功するコツを講義する
7	9/25	タカラのキャラクタービジネス戦略	商品先にありきーキャラクターから発想するのではなく、売れた商品を「映像化」してキャラクター化するという独自のキャラクタービジネスを展開するタカラの戦略を元㈱タカラ社長・佐藤氏を招いて講義する
8	10/2	サンライズのキャラクタービジネス戦略	ガンダムを製作しているサンライズの井上氏を招きテレビアニメーション全般にわたるサンライズのビジネスを講義する。
9	10/9	ショウワノートのキャラクタービジネスス戦略	スターウォーズ・ポケモン・セサミストリートなど多くのキャラクターを活用して幼児用品・文房具・生活関連と幅広くビジネス展開する戦略を片岸社長を招いて講義する
10	10/16	ライセンスビジネス論	コカコーラなど多くのキャラクターのライセンスビジネスを手がけたLIMA日本支部・マーケテイングディレクター草間氏を招いて講義する。
11	10/23	ソニークリエイティブプロファクトのキャラクタービジネス戦略	機関車トーマス、Pin guなど多くの海外キャラクターを展開するビジネスについて取締役・種村氏を招いて講義する。
12	10/30	リスクマネジメント論	キャラクタービジネスはまさしくハイリスク・ハイリターンなビジネスでありその中でも結果リスクとしての在庫処分損が最大のリスク言える。経営計画の作成を含めて事例研究により、最少の在庫処分損にするシステムを講義する

＊テーマとゲストはあくまでも予定です。変更もありえます事をご承知下さい。

履修条件
特にないが、キャラクタービジネスに強い興味をいだいているもの

評価方法
１００点満点とし、７０点以上で単位を与える。点数の構成は（新ビジネスモデルの作成７割・受講生評価２割・出席１割）とする

教材・教科書・参考資料等
教材・教科書：教員作成テキスト配布。参考資料：適宜紹介

デジタルコンテンツ技術変革論

●単位：2単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　必修選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：11/30開講　第3トライメスター　毎週金曜1限
●定員：40名（コンテンツディレクタープログラム優先）

担当教員
斎賀和彦

授業概要
映像コンテンツの歴史は、ある意味で新技術の発展史でもある。両者は互いに刺激しあい、時には反発しながら発展してきた。今後もIT技術と共に発展していくことが予想される制作技術や制作手法を考えるとき、テクノロジーに「使われた」コンテンツではなく、テクノロジーを「使いこなした」コンテンツをつくるという視点が、より重要なものとなってくる。そこで本講座においては、映画産業における技術変革と表現の相関性を核に、過去から現在にいたるまでの過程をレビューした上で、近未来のデジタルコンテンツ制作における技術体系と人的体系、さらに表現手法について広く論じる。

到達目標
現代の映像コンテンツ制作におけるテクノロジーの現状および内容について、的確な理解を持つと同時に、その課題、諸問題についても明確な意識をもつことを目標とする。
同時に、現在進行形の技術、表現動向の中で、最適解を得るための柔軟な認識力と、ディスカッション能力も重視する。

主な内容

	日程	授業タイトル	概要
1	11/30	概論	プログラム全体の概要を提示すると共に、この講義が参加型であることの提示を行う。また、以降の講義のインデックスとなる映像史のターニングポイントにおける技術と表現の相関関係についていくつかの例示を行う
2	12/7	技術と表現ーBefore Digital 1-	デジタル以前の映像史から技術と表現の相互依存関係を考察する。映画史以前の「映像的表現」に始まり、ルミエール兄弟からメリエス、映像が「興行」だった時代の表現技術論
3	12/14	技術と表現ーBefore Digital 2-	米国のスタジオに代表される映画の「システム化」時代における表現技術論。
4	12/21	デジタルの勃興ー初期のCGー/デジタル映像ー技術先行の時代	コンピューターによるグラフィック表現の黎明期とその転用/CGという単語が、興行のキーワードとなった時代の考察
5	1/11	デジタル映像ーワークフローの中へ	デジタルが基本的な映像制作の中に組み込まれた現代の、表現技術論。
6	1/18	双方向メディアと表現1ーweb他ー	時代の寵児として繰り返し登場する双方向メディアはなぜ定着しなかったのか。唯一、新しいメディアとして定着したかに見えるインターネットを、映像の観点から見ると何が見えるのかを考察する
7	1/25	双方向メディアと表現2ーディスカッション	前回の講義をイントロダクションとするグループプレゼンとディスカッション
8	2/1	デジタルシネマ1ーデジタルワークフロー	現代のデジタルワークフローの現状と特徴、問題点を考察する。
9	2/8	デジタルシネマ1ーディスカッション	前回の講義をイントロダクションとするグループプレゼンとディスカッション
10	2/15	映像以外でのデジタル映像表現のフィールド	映像をスクリーン上（あるいはCRTやプラズマ上）のものと定義する時代は終わった。他のフィールド（テーマパーク、ゲーム、ネットワーク等々）に展開される映像（的メソッド）について考察する
11	2/22	技術と表現ー近未来のデジタル映像	これからの技術と表現の相関関係を考察し、今後必要とされる技術体系、そして人的体系について考える
12	2/29	総括：技術と表現ーディスカッション	レポートダイジェストの個人プレゼンテーション

履修条件
特になし

評価方法
以下の方法で総合的に評価を行う。グループ発表（プレゼンテーション）とそれに対するディスカッション対応50ポイント。他者の発表に対するディスカッションに50ポイント。出席率は重視しないが、欠席＝ディスカッション不参加になるため、複数回の欠席はマイナス評価の対象となる。

教材・教科書・参考資料等
教材・教科書：必要に応じて、データまたは、プリントを配布。参考資料：適宜紹介

ポストプロダクション先端技術演習

●単位：2単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：１１/３０開講　第３トライメスター　毎週金曜２限
●定員：２０名（コンテンツディレクタープログラム優先）

担当教員
斎賀和彦

授業概要
映画・テレビ・コマーシャルなどの映像制作において、最終段階にあるのがポストプロダクション、通称ポスプロと呼ばれる作業である。映像のデジタル化により、ポストプロダクション工程においても、コンピュータとデジタルツールの進出は目覚ましく、そのため技術の進化が早いスピードで起っている。このような背景から、ポストプロダクションは、専門スタッフによる技能セクションとして位置づけられやすい。しかし、実際には映像コンテンツの表現品質を左右する監督やプロデューサーら制作者にとって他人任せにできない重要な工程であるといえる。本演習ではプロデューサー、ディレクターにとってポスプロ工程をブラックボックスにしないために「技術を見る目」の習得を目標として、実際にノンリニア編集、デジタル合成、ＤＶＤオーサリングなどの演習を行っていく。

到達目標
一義的にはポストプロダクション工程で重要な、編集、合成、オーサリングについて、具体的なワークフローイメージの取得と、各アプリケーションに対する的確な理解を目的とするが、プロデューサー志望、ディレクター志望にかかわらず、プレゼンテーションビデオや、プリビジュアライゼーションを自分のみで十分に実行できる程度の、オペレーションスキルの取得も同時に目的とする。
下記スケジュールは、書式上、編集、合成、オーサリングを分離しているが、実際は１回の演習の中で双方にまたがって作業を行う回も多いので、予め了解されたし。

主な内容

	日程	授業タイトル	内容
1	11/30	ポストプロダクション概論	ポストプロのワークフロー、及び基本的な技術概念について講義と、講師によるデモンストレーション
2	12/7	ノンリニア編集ー1	横軸編集（エディット）について、理論と基本オペレーションの両面から演習を行う。普遍的な「編集」概念と、最新の「デジタル編集」を常に意識し、トータルな知識体系の確立を行う。
3	12/14	ノンリニア編集ー2	
4	12/21	ノンリニア編集ー3	
5	1/11	ノンリニア編集ー4	
6	1/18	デジタル合成ー1	縦軸編集（コンポジット）について、理論と基本オペレーションの両面から演習を行う。普遍的な「合成」概念と、最新の「デジタルコンポジット」を常に意識し、トータルな知識体系の確立を行う。特にコーデックや演算方式による画質の差や、作業時間等の違いなど、実際の問題点の認識に力を入れる。
7	1/25	デジタル合成ー2	
8	2/1	デジタル合成ー3	
9	2/8	DVDオーサリングー1	パッケージメディアの主流であるＤＶＤのオーサリング工程を基本に、エンコードやその他、クオリティに関する様々なファクターの理解、認識に努める
10	2/15	DVDオーサリングー2	
11	2/22	DVDオーサリングー3	
12	2/29	総括：これからのポスプロ像	演習をふまえ、次世代のポストプロのあるべき（あるいは望まれる）ワークフローと技術体系を考察する

履修条件
前の回での実習内容を理解していることを前提に授業を実施していく為、継続的に出席できるもの。

評価方法
出席率50%以上。試験は行わない代わりに、各単元より１つを選択し、デモ作品としての習作を制作、提出すること。その作品の評価と実習時評価で総合評価とする。そのため、例え100%出席でも、オペレーションスキル取得が不十分な場合、単位認定されないので注意。

教材・教科書・参考資料等
教材・教科書：テキストを配布。書籍名はおって連絡するので、関連書籍購入の予定のあるものは注意すること。また必要に応じて、データまたはプリントを配布。
参考資料：適宜紹介。

*1 当科目の 履修に 当たっては 別途教材費（6万円）がかかります
*2 授業は富士ソフトＡＢＣビルにて行う予定です。

クロスメディア演習

●単位：２単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　必修選択
●履修年次：１・２年次
●時間割：８／８開講　第２トライメスター　毎週水曜１限
●定員：２４名（コンテンツディレクタープログラム優先）

担当教員
川井拓也

授業概要
クロスメディアとは設定された目的を達成するために、多様なメディアのそれぞれの特性を理解し、組み合わせ、最適な表現方法で対象とコミュニケーションすることである。そのため、これをディレクションする立場にあるものは、異なるバックグランドを持つスタッフに高い到達目標を提示する能力が不可欠である。こういった能力を磨いていくために、当科目では、インプットよりアウトプットに重きを置き、さまざまなジャンルの課題に取り組みながら、短時間での問題発見、解決策の提示といった作業を行っていく。この演習を通して、教員、ゲスト、クラスメイトとの活発なコミュニケーションを通して自分の考え方のクセを知り、他者から柔軟に学ぶクセを身につけてほしい。
到達目標
①課題の中から本質的な問題を発見する能力を身につける。②プロジェクトのブレストにおいて人に伝わる言葉をセレクトする能力を身につける。③自分の適性と他人の適性を組み合わせ、チームの力を最大限発揮させるべく行動するできる力を身につける
主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	8/8	デジタルメディア現状認識におけるリサーチ演習	開講時におけるメディアの現状認識を、各自のディスカッションの中から引き出す。ブレインストーミング的に「携帯」「インターネット（ブロードバンド）」「テレビ」「映画」「音楽」「広告」などについて今後のそれぞれの発展性を予測する。全員が端末で検索しながら数字やデータ、実例を集め、授業終了時には簡易なマーケティング書類をクラスでひとつに統合する。リサーチと分析力の確認を行う。
2	8/22	メディアアートから学ぶ発想法とビジネスプランへの応用演習	NTTICCと東京写真美術館でのメディアアートの展示を事前に全員が見学し、授業では世界のメディアアートを見ながら、その作品ができた発端や経緯からユニークな発想法を学ぶ。アーティストが発想したポイントをビジネスにおける問題発見力のための参考とする。さらにアートの発想が作品になるまでの技術的な背景を検証することで、デモンストレーションの手法を学ぶ。作家の作品から逆にその経緯を仮想的にフローにしていく演習を行う。
3	8/29	ソーシャルプロジェクトから学ぶ問題発見力と潜在的市場発掘の応用演習	企業やNPOが仕掛ける新しいタイプのサービスやプロジェクトの実例をリサーチする。「Think the earthプロジェクト」などの社会貢献と商品が結びついたものから、「メリー」のようなアートと社会貢献とイベントが結びついたようなものまで、商品やサービスを売ること自体が社会をよりよい方向に導くというコンセプトの実例を見る。それぞれのプロジェクトの発端の理由を探り現在の社会における潜在的問題点を探り、新しいビジネスの芽がないかをディスカッションする。
4	9/5	個人演習テーマの選択とプロジェクトマネージメント演習	「コンテンツ」「サービス」「イベント」の3つのテーマから各自が自分の演習テーマを決めていく。「コンテンツ」は、コンテンツ自体の企画とともにそのプロモーション案を含めたプランとする。「サービス」の場合は即在するメディアを前提とし、サービスプランとプロモーションプランを作る。「イベント」は、想定される社会的な課題もしくはアーティストなどを想定してイベント案とプロモーションプランとする。時間内にラフな企画のたたき台を作る演習。
5	9/12	デモンストレーションプランを作る	各自が選択したプロジェクトテーマを発表しながら、そのプロジェクトのプレゼンテーション先の絞り込みとそのためのデモンストレーションプランを作成する。企画のイメージがもっとも伝わる手法を検討しながら、企画書、サンプル映像、サンプルサイト、サンプルPOPなどをどう組み合わせていくかをプランニングする。
6	9/19	プレゼンテーション実演（その1）	パワーポイントによる企画書ベースのプレゼンテーションを全員で行う。時間は各自5分。これから制作するサンプルの部分以外をプレゼンテーションする。見ている他のメンバーは想定されるクライアントや提案先になり各種の質疑応答などを仮想的に行う。企画そのもののおもしろさとビジネスプランとしての完成度を互いにチェックすることで、企画自体のブラッシュアップを行うことでデモンストレーションプランの再検討も促す。
7	9/26	ビジネスモデル検討会議	プレゼンテーションと他のメンバーからのフィードバックをふまえて、そのプロジェクトのビジネスモデルを検討する。この検討には商標登録やビジネスモデル特許も含まれ、類似例などのリサーチも同時に行っていく。プロジェクトのためのウェブサイトのドメイン名のセレクトなど広告コピー的な部分にも触れ、クロスメディアをプランニングするときに配慮すべきポイントを学ぶ。
8	10/3	サンプルコンテンツ制作（その1）	映像サンプルを作る者はあらかじめ撮影した映像を編集していく。イメージビデオで必要なテクニックより分かりやすさの部分を重視した編集内容にしていく。ウェブサンプルを作る者は、サンプルサイトのリサーチとトップページイメージ、及び各自のスキルに応じて実際のサンプルサイトを制作していく。イベントサンプルの場合は、告知サイトやポスターなどのグラフィックイメージを制作する。
9	10/10	サンプルコンテンツ制作（その2）	サンプルを作っていく中で、発見していく問題点を解決するための方法論を模索する。同時にプレゼンテーションが通ったと仮定したときに本番コンテンツをどのようなスタッフのキャスティングで進めていくかのイメージも模索していく。
10	10/17	プレゼンテーション実演（その2）	各自15分の持ち時間でサンプルコンテンツ含めたプレゼンテーションを行う。10人を予定。
11	10/24	プレゼンテーション実演（その3）	各自15分の持ち時間でサンプルコンテンツ含めたプレゼンテーションを行う。10人を予定。
12	10/31	プレゼンテーション総括とビジネス化検討	全員のプレゼンテーションを振り返りながらそれぞれのプロジェクトの可能性を検討する。実際に優れたプロジェクトプランの場合、どのような方法でそれを実現していけるかのシュミレーションを行い、人的紹介を含めた実際のサポートを行う。

履修条件
特に無し

評価方法
メールでのコミュニケーションや、課題、プレゼンテーションの結果などにおいてのプロセス、アウトプットを総合的に判断する。
教材・教科書・参考資料等
教材・教科書：必要に応じて、グループウェアにてデータを配布。参考資料　：適宜紹介。

ヒットコンテンツ事例研究

●単位：2単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：１１/２７開講　第3トライメスター　毎週火曜1限
●定員：４０名

担当教員
品田英雄

授業概要
「安く作って、高く売る」が儲かるビジネスの基本構造です。それは、たとえコンテンツ業界であっても変わりません。ただ、違うところがあるとすれば、コンテンツビジネスはどれくらい売れるのか、その予想が非常にむずかしいところです。多くの予算を注ぎ込んだ、キャスティングが豪華だ、最新技術を導入している、などの努力をしても、ヒットしないことはよくあります。（むしろその方が多いかもしれません）。私は二十年以上に渡ってエンタテインメント・ビジネスを取材し、多くのヒットメーカーの様子を間近に見てきました。本講義では、コンテンツビジネスにおけるヒットの要因を具体的な事例を元に分析・解説し、ヒットを生み出すために必要な要素を理解することを目的とします。またヒットメーカーになるために必要なプロデューサーやディレクターの能力にまで触れ、その能力を高める手法も提供します。同時に、ヒットプロデューサーやディレクターの能力にまで触れ、その能力を高める手法も提供します。同時に、ヒットプロデューサーらをゲストスピーカーに招き、具体的に彼らがどんな仕事をしているのか、どんな努力をしているのかを身近に感じ、能力開発の助けにします。ヒット作りに政界はありませんが、多くの事例に接することは明日からのコンテンツ制作に役立つはずです。

到達目標
自分の視点でヒット・コンテンツの分析レポートができること

主な内容

	日程	授業タイトル	概要
1	11/27	講義全体オリエンテーションとゴールイメージ	本講義の全体像の共有。継続的にヒットを出し続ける人たちを例に挙げ、ヒットメーカーになるためのアプローチを共有する。
2	12/4	コンテンツビジネスの本質	コンテンツビジネスは、映画、音楽、ゲーム、放送、出版等の多岐に渡る。そのコンテンツビジネスの本質と仕組みを明らかにしヒットの意味を探る。
3	12/11	ヒットの本質	ヒットは、世の中の動き、人の心の変遷などさまざまな要素の組み合わせにより起こる。成功と失敗の両方を提示することで、ヒット要因やヒット法則におけるヒットメカニズムの分析の基礎を得る。
4	12/18	ヒットコンテンツ事例①	ヒットプロデューサーを招いて、ヒットの要因分析とアプローチの手法を検証する。
5	12/25	ヒット要因1	ヒットを生む要因で、前提となる要因の＜時代のニーズ＞と＜企画＞について考える。これらの要因を、具体例を交えキーワードで解説しヒットを生み出すポイントを指摘する。
6	1/8	ヒット要因2	ヒット要因の3つ＜マーケティング＞＜制作＞＜デリバリー＞について考える。これらの要因を、具体例を交えキーワードで解説し、ヒットを生み出すポイントを指摘する。
7	1/15	ヒットコンテンツ事例②	ヒットプロデューサーを招いて、ヒットの要因分析とアプローチの手法を検証する。＊最終レポートの内容を発表
8	1/22	ウェブ2.0 以降のヒット法則の変化	従来のコンテンツビジネスとは大きく異なるCGM（Consumer　Generated Media）から生まれるヒット法則について考察する。
9	1/29	ヒットを生むプロデューサー・ディレクターの役割と能力	ヒットを生み出す為に必要な、プロデューサー・ディレクターの役割と、ヒットを生み出すプロデューサー・ディレクターの能力について考察する。
10	2/5	ヒットコンテンツ事例③	ヒットプロデューサーを招いて、ヒットの要因分析とアプローチの手法を検証する。
11	2/12	ヒットメカニズム分析総括①	講義を通じて得た知識と課題に対してのレポートを相互に発表しあうことにより、コンテンツビジネスでヒットを生みだすための法則を各自が編み出すヒントを体得する（前半）。
12	2/19	ヒットメカニズム分析総括②	同上（後半）。その後、全体を総括する。

履修条件
コンテンツプロデューサー、ディレクター志望でヒットを生みだすことに興味とモチベーションを持つもの

評価方法
７回目の講義終了時にヒットのメカニズム分析の最終課題テーマ発表。１１～１２回目の授業にてプレゼンテーション。また、ヒットコンテンツ事例のゲストスピーカーの講義後にヒット要因レポートを提出。

教材・教科書・参考資料等
ヒット学～コンテンツ・ビジネスに学ぶ６つのヒット法則～（ダイヤモンド社、吉田就彦著）、感じる人感じない人（PHP研究所、堀義貴著）、ヒットを読む（日本経済新聞社、品田英雄著）

ヒットプロデュース能力開発演習 II

●単位：2単位
●履修区分：ゼネラルプロデューサープログラム　選択
　　コンテンツディレクタープログラム　選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：4/19開講　第1トライメスター　毎週木曜1限
●定員：２４名

担当教員
吉田就彦

授業概要
本講義は、デジタルハリウッド大学院ヒットコンテンツ研究室にて研究中の、ヒットを生み出した各コンテンツ業界（音楽、映画、TV等）のプロデューサーの能力分析をベースにしている。感情知能といわれるEQ理論により明らかにしたヒットプロデューサーの能力分析により、EQ理論、NLP理論、PLAY（演劇）理論の各手法を使って、受講生がヒットプロデューサーとなるために必要な能力開発を目的に行う。EQ、NLP、PLAYパートでは、専門的ゲスト講師による講義とワークを行なう。受講生の行動指針は、「考えろ！（Think！）、感じろ！（Feel！）　そして（And）、ワープせよ！（Switch on The Warp Engine！）」。開講前と最終授業で計2回のEQ検査を受講することで、自分自身の達成度を確認していく。

到達目標
受講前後にEQ検査を行い、ヒットプロデューサーに必要なEQ能力や行動特性を測定して、各自の能力レベルを上げ、ヒットプロデューサーに必要なEQ能力を身につけることを目標とする

主な内容

	日程	授業タイトル	概要
	3/24 or25	履修説明会	講義概要説明と第1回EQ検査（履修希望者は＊参加必須）
1	4/19	オリエンとゴールイメージ設定	本講義の全体像の共有。ヒットコンテンツ研究室（HCL）での研究成果と本講義の関連を解説し、EQ、NLP、PLAY等の各メソッドやワークの方法等をオリエンテーションする。また、事前実施の第一回EQ検査の結果を各自にフィードバックして、今後の各自の能力開発の指針とする。
2	4/26	EQ①	15分のPLAYメソッドによるクォーターゲームでウォームアップ。EQパートのイントロダクションとしてEQ理論を解説。感情とは何か、EQとは何かを解説し、1回目に配布した自分のEQ特性を知ることを、ワーク等も使って行なう。また、自分とヒットPとのEQ特性の違いを把握し、その求められる能力のイメージを自分で確認できるようにする。
3	5/10	EQ②	15分のPLAYメソッドによるクォーターゲームでウォームアップ。EQパートの2回目は、そもそもコミュニケーションとは何かをアクティビティワークを通して、各自が理解し、それを全体でも共有する。また、そのコミュニケーション時におけるEQの役割を理解し、第一回EQ検査の結果による各自のコミュニケーションプランの作成準備をする。
4	5/17	EQ③	15分のPLAYメソッドによるクォーターゲームでウォームアップ。EQパートの最終は、各自が作ったコミュニケーションプランを、ワークを使って完成させる。これにより各自の能力開発テーマが明確になり、次週以降のNLP、PLAYの各メソッドによる具体的な能力開発につなげることが可能となる。
5	5/24	NLP①	15分のPLAYメソッドによるクォーターゲームでウォームアップ。NLPパートの1回目は、NLP理論とは何かの解説。人間が各自持っている代表システム（視覚V、聴覚A、身体感覚K）をアンカリング等のワークで明らかにして、各自の能力開発目標を設定する。
6	5/31	NLP②	15分のPLAYメソッドによるクォーターゲームでウォームアップ。NLPパートの2回目は、感受性を高めることを、キャリブレーションワークとともに行なう。また、質問で意識の方向性を変えるなど、NLPで最も重要なコミュニケーションの3視点を理解する。
7	6/7	NLP③	15分のPLAYメソッドによるクォーターゲームでウォームアップ。NLPパートの3回目は、ポジションチェンジのワークを通じて、自分の立場を変える、また変えられることを体現する。また、クッシュボールや集団リフレーミングのワークで、フレームを変えることを体現する。
8	6/14	NLP④	15分のPLAYメソッドによるクォーターゲームでウォームアップ。NLPパートの4回目は、モデリングのワークを通じて、自分の望む能力像に近づく為の方法論を学ぶ。また、更に感情の視点を変えるエクセレントサークルのワークを行ない、自分にとっての最高の状態を引き出す方法論を体得する。
9	6/21	PLAY①	15分のPLAYメソッドによるクォーターゲームでウォームアップ。PLAYパートの1回目は、PLAYパートでやろうとすることの理解をした上で、感情コミュニケーションにおける身体を使ったワークの準備を行なう。ジェスチャーPLAYにより、感情を身体で表現するワークを行い、言語以外の重要なコミュニケーションスキルを体得する。
10	6/28	PLAY②	15分のPLAYメソッドによるクォーターゲームでウォームアップ。PLAYパートの2回目は、プロデュース業務で実際に直面する、様々なストレス状況を想定したシチェーションを元に、EQ理論やNLP理論から得られた実際の行動をシミュレーションする。
11	7/5	PLAY③	15分のPLAYメソッドによるクォーターゲームでウォームアップ。PLAYパートの3回目は、前週にシミュレーションしたコミュニケーション行動を、実際に各自が立場を変えて演じてみて、シチェーション毎のプロデュース法をシミュレーション体験する。
12	7/12	総括	第2回EQ検査の実施などを通じて講義と各ワークを通じて得たコミュニケーション手段の総括を行い、ヒットプロデューサーになるために必要なEQ能力の開発の為に各自が設定したコミュニケーションプランの達成感を検証する。

履修条件
3/24・25に行われる第1回EQ検査を必ず受講することが履修応募の条件。また、単位認定は7/12の第2回EQ検査の受講が必須。
コンテンツプロデューサー、ディレクター志望でヒットを生みだすことに興味とモチベーションを持ち、毎回必ず参加可能な院生。
なお、PLAYパートでは動きやすい軽装着用のこと

評価方法
2回のEQ検査の検査結果比較。毎回のワーク結果。なお、出席率70%未満は評価の対象とせず（2回のEQ検査は出席必須）

教材・教科書・参考資料等
ヒット学～コンテンツ・ビジネスに学ぶ6つのヒット法則～（ダイヤモンド社、吉田就彦著）、EQマネージャー（東洋経済新聞社、デイビッド・R・カルーソ、ピーター・サロベイ著、渡辺徹監訳）、NLPハンドブック（春秋社、L・マイケル・ホール著）

研究科目

特 ゼ ミ

●単位：１０単位
●履修区分：プログラム１年制 必修
　　プログラム２年制 選択
●履修年次：１年制→１年次 ２年制→２年次
●時間割：８／４開講 第２～３トライメスター 毎週土曜１限
●定員：３５名程度

担当教員
杉浦治 小田実 伊藤雅之

授業概要と到達目標
本科目は、本学に関連する職種において、二年以上の職務経験を有し、かつ本学の審査により、１年間で本大学院の専門課程を修了しうると判断された院生および、担当教員による事前審査において合格した２年制の２年次を迎えたもの対象に設けられた科目である。
「ヒットするコンテンツやサービス」を生み出すためには、コンテンツそのものの品質に加えて、そのコンテンツの特性にあったビジネスプラン（ビジネスモデル・マーケティング・マネジメント）が周到な計画を基に練りこまれている必要がある。コンテンツまたはビジネスプランのどちらか一方が優れているだけではヒットするコンテンツやサービスを生み出すことはたいへん困難といえる。
本科目においては、主にビジネスプランを担当するプロデューサーとコンテンツ制作を担当するディレクターの院生がチームとなって、１つのコンテンツやサービスを生み出す過程を通じて、プロデューサーとディレクターそれぞれに必要な高度なスキルと連携手法を養成するものである。院生が企画を行う「コンテンツやサービス」は、単なる企画書上のプランではなく、デモコンテンツの制作、流通や配給先へのヒアリング、投資家へのプレゼンテーションを実際に行うことで、現実にプロジェクトをスタートアップできるレベルまで完成度を高めることで実践力を養うことを目標とする。

最終的なアウトプットイメージ
起業・事業支援・組織内プロジェクト等の形態を問わず、デジタルコンテンツ産業においてビジネスプロデューサーとして活躍する人材となることを目標とし、チーム成果物の標準イメージを以下とする。
① 事業概要書
・収益構造やターゲット市場を意識したビジネスモデル、提供する付加価値、事業計画等をまとめたものであり、ビジネスマッチングのための正式書類として流通できる品質要件を満たしたもの。
② デモ（映像・WEBサイト・プログラム等）
・デジタルコンテンツ分野のサービスであることを明示して伝えるもの。
・映像企画においてはパイロットムービー、WEBソリューションにおいてはサイトデモ、パッケージビジネスではプログラム等、提供する付加価値に該当するものを製作。
・製作に当たっては、プロデューサーとしてプロジェクトマネジメントを行えることが要件であり、スクール生、大学生、外部協力者のクリエイティブスキルとの協力体制も可能。
③プレゼンテーション
・①・②を用い、正式な事業説明会を意識したフォーマットでのプレゼンテーションを実施。
・優良テーマに関しては、公的機関・事業会社・金融機関の実務担当者が多数参加する「ビジネスプラン発表会」への参加推薦を行う。

評価方法
コンテンツビジネスは個人の閉じた世界では成立しない。多岐にわたる分野の事業協力者とビジネスモデルを構築し、感動や社会性等の人間のみが感じえる付加価値を提供することによって成立するものである。
そのためアウトプットの完成度よりも、「事業概要書」「デモ」「プレゼンテーション」の総合イメージを、受け手であるユーザーやマッチング候補事業者から高い評価を得られるものであるかどうかの視点で最終評価を行う。
事業コンセプトを教員が中心となって評価する「中間報告会」、ビジネスプロデューサーを志すゼミメンバーが相互に成果物を評価する「最終報告会」、成績優秀者が実際の事業会社や公的機関から評価を受ける「ビジネスプラン発表会」を通じ、あらゆる側面からの評価を総合して成績評価を行う。
アウトプット自体についても、「企画内容」「デモ映像クォリティ」「プレゼンテーションスキル」「ビジネス性（事業マッチング可能性）」等の様々な側面から評価を行ってフィードバックを行うと同時に、受講態度を加味してプロジェクトマネジメントスキルについても評価を行う。

履修条件
１年制のもの、及び担当教員による事前審査（詳細は第２トライメスター履修登録前に別途連絡）に合格した２年制で２年目以降を迎えたもの。

教材・教科書・参考資料等
教材・教科書：必要に応じて、データまたは、プリントを配布。参考資料：適宜紹介。

142　研究科目[ゼミ]

修 了 課 題 制 作

●単位:2単位
●履修区分：プログラム共通　必修
●履修年次：１年制は１年の終了時・２年制は２年の終了時（通常年限終了後はトライメスターごとに提出可能）

担当教員

杉山知之　藤本真佐　山本和夫　川井拓也　小倉以索　斎賀和彦　吉田就彦　杉浦治
木村元子　櫻井孝昌　齋藤茂樹　海老根智仁　小林愛心　加藤洋　三淵啓自　杉浦治　小田実

概要
本学院生は、デジタルコンテンツマネジメント専攻の必要科目の単位取得と共に、修了課題制作を行うことが求められる。院生諸君が本学での研究成果を、「修了課題」としてまとめたものを、学長及び、研究成果に関連するゼミを受け持つ教員によって評価し、単位を認定するものである。

テーマの選択について
制作者（＝院生）が取り組んだテーマが、本人が、本学修士課程修了後の目標とする「専門職における卓越した人材」になるためのステップとしてふさわしいものであることが、提出物内で具体的かつ明確に説明されていること。

成果物にもとめる条件について
1．専門職側、業界側からのニーズに適した「成果」であること
2．理論と実務を架橋する「成果」であること

最終的なアウトプットイメージ
A．製品化を目指すレベルのオリジナルコンテンツ、もしくは新規ビジネスとして実用化を目指すレベルのサービスであること
B．以後の実務にて活用できるように、その制作過程において培われた、制作およびプロジェクト進行の手法を体系化すること
C．新規性、先見性の認められる仮説を立て、それを検証するといった試みがなされていること。
以上の条件を反映したものであること。

提出形式
①新規ビジネスプランおよびデモコンテンツ
②修士論文
上記のどちらかであること。

なお、コンテンツの制作にあたっては、本学の母体であるデジタルハリウッド株式会社の一般コース受講生のデザイナー、エンジニアとプロジェクトチームを組んで、制作を行うことも可能である。

スケジュール（2006年例）

日程	内容	備考
10／28（土）	修了課題説明会	時間別途設定
11／1～	修了課題個別相談会	随時実施
12／1（金）	修了課題テーマ・指導教員予備登録	院生から各自教員に依頼
1／13（土）18時	修了課題テーマ・指導教員最終登録	
2／17（土）～25（日）	1次提出（指導教員との単位認定面談）	面談日程は別途決定
3／10（土）18時	最終提出	
3／13（火）	修了判定会議	最終的な修了可否を専任教員にて行う
3／31（金）	通期単位認定（修了認定）	

注意事項
・説明会には極力参加すること（日程は別途発表）
・最終登録後、提出を次年度に持ち越す場合は、次年度に再度、年間登録料、科目履修費がかかるので、登録においては慎重を期すこと。

501　研究科目[ゼミ]

三淵ゼミ ～システムとコンテンツの融合、新しい時代のインフラ研究～

●単位:6単位
●履修区分:プログラム共通 選択
●履修年次:1・2年次
●時間割:4/14開講 第1～2トライメスター
8/4 開講 第2～3トライメスター いずれも毎週土曜2限
●定員:各12名程度

担当教員
三淵啓自

概要と到達目標
インターネットや、モバイル、携帯のコンテンツ配信用のプロトタイプのシステムを、Linux、PHP、MySQL、PoatgreSQL、Xoopsなど、といった、オープンソースをベースに、実際に、構築していく。　また、Web2.0や、セカンドライフなど新しいインフラの活用実験や研究を行う。起業や、事業立ち上げにおいて、システムの構築は、コスト面および運用面において、とても、大きなリスクとなっている。そこで、プロトタイプのシステム構築を、大学院・大学の学生内で、出来るノウハウや、技術を蓄積していくことにより、在校生のみならず、卒業後も、情報の共有のできる構造を作り上げていくことにある。
・特ゼミの企画や、他のゼミとの企画とのコラボレーションによる、CMSの構築
・セカンドライフ研究室との連動研究
・PHP・Webツールの教科書の製作、知識データベースの構築、等

最終的なアウトプットイメージ
レベルにより、アウトプットが変わってきます。
１．ゼミで、シリーズ化している、PHPの教科書の製作
２．分散型SNSの開発研究
３．携帯コンテンツサイトの企画制作
４．その他、システム関連研究

履修条件
本ゼミは2トライメスター間で進行する(第1トライメスターから第2トライメスター、もしくは第2トライメスターから第3トライメスター)。
履修にあたってはある程度のプログラム知識はあったほうがよいが、グループわけをして、PHPの基礎をまとめていく作業もあるので問題はありません。

評価方法
成果物は、参加するプロジェクトによって変わってきますが、各人の力量を顧慮して、採点していきます。欠席は、プロジェクトの進行に支障が出た場合、減点します。主に、中間のプレゼンや、発表を重視します。

教材・教科書・参考資料等
「PHP４徹底攻略」堀田倫英、石井達夫、廣川類、「基礎PHP」WINGSプロジェクト、山田祥寛、「PostgreSQL完全攻略ガイド」石井達夫、
「MySQL完全攻略ガイド」志村伸弘、「JavaScriptポケットリファレンス」古旗一浩、「Xoops2使いこなしガイドブック」qnote

その他
ノートPC持込を推奨

川井ゼミ

●単位：６単位
●履修区分：プログラム共通 選択
●履修年次：１・２年次
●時間割：８／４開講 第２～３トライメスター 毎週土曜３限
●定員：１０名程度

担当教員
川井拓也

概要と到達目標
川井ゼミでは、クロスメディア的観点とソーシャルメディア的観点をテーマとした活動を行う。クロスメディア的観点とは、複数のメディアを効果的に組み合わせることをいい、ソーシャルメディア的観点とは、それが人の生活や行動や思考をよりよく変えていく可能性を含んでいることを言う。ゼミでは、前半でメンバーの個性と能力をユニークなワークショップ形式で把握し、そのメンバーに合わせたテーマを設定する。後半では、テーマに即したゲストや企業を招きデモを作成していく。デモの成果は、テーマによってウェブサイトであったり映像であったりイベントであったり、形態はさまざまなものになる。２００５年度のゼミでは、子供たちのワークショップを運営するNPO法人キャンバスの主催する「ワークショップコレクション２００５」に出展。イラストレーターをキャスティングして「秋葉４コマ劇場」を運営した。
詳しくはこちらを参照されたし。
http://www.dhw.co.jp/gs/works06/kawai/

＊この記載は２００６年度のものです。

最終的なアウトプットイメージ
デモンストレーションを行える制作物を作る。（ウェブ、映像、製品プロトタイプ、ワークショップなど）

履修条件
自らが今後コンテンツ業界で、どのような人材になっていくか具体的なイメージが沸いている人に限定。各自のイメージを聞きながら、それに適した進行を考えていきたいと思います。

評価方法
授業内課題５０点　提出物３０点　参加態度２０点

教材・教科書・参考資料等
適宜配布・紹介

その他
プランニング実習に際しては、ノートもしくはスケッチブックなどアナログ媒体の追記型文房具を推奨する。また自分にとって使いやすい筆記具を持参。ノートブックなどの持込は歓迎するが、コンテンツイメージやサービスフローなどなるべく手書きでイメージをつかんでからデジタルに落とし込むクセをつけてほしい。電源がなければなにも書けないようになっては困る。

503　研究科目［ゼミ］

西尾ゼミ ～デジコロジー社会のメディアとコンテンツ～

●単位：3単位
●履修区分：プログラム共通 選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：11/29開講 第3トライメスター 毎週木曜1限
●定員：5名程度

担当教員
西尾安裕

概要と到達目標
「デジコロジー社会のメディアとコンテンツ」
インターネットに代表されるデジタル・テクノロジーは社会の仕組みを大きく変えています。
一方、地球温暖化など環境問題がクローズアップされています。
デジコロジー社会とはデジタル・テクノロジーに支えられエコロジー・システムに順応した循環型社会です。産業革命以降の200年、人類は科学技術の恩恵を受け高度な工業社会を実現しましたが、モノが豊富で便利な生活の代償として自然との調和を犠牲にして、多くの社会問題や環境問題に直面しています。現在、私たちは情報革命の渦中にいますが、情報革命が目指すものは、デジタルテクノロジーを用いてエコシステムに順応した、自然と共生する調和のとれた循環型社会「デジコロジー社会」の実現にあります。
豊かで平和なより良い社会を作るために活かされなければなりません。
現在、メディアの世界ではBS、CS、インターネット、携帯電話の出現で、メディアの枠組みが大きく変わり再編が進められています。最近ではPodcasting、ワンセグ放送などさらに新しいメディアが誕生し再編が加速されています。
本ゼミは「デジタル・テクノロジー」「エコロジー」「メディア」「コンテンツ」の4つの言葉をキーワードに、来るべきデジコロジー社会にふさわしいメディアとコンテンツについての考察と新しいメディアに対応できる企画力とプロデュース能力のスキルアップを目指します。なお、履修者を対象に事前のオリエンテーションを実施する予定です。

最終的なアウトプットイメージ
Web、Podcastingなど新しいメディアにあわせたコンテンツの企画、プロデュースの体験。メディア、企業とのコラボレーションでコンテンツの企画と制作。

履修条件
＊履修前に事前面談あり（スケジュールは別途要相談）

評価方法
授業内課題＋最終課題→60点 参加態度→40点 出席率50%以下は評価外

教材・教科書・参考資料等
適宜紹介

５０４　研究科目[ゼミ]

起業ゼミⅠ

●単位:3単位
●履修区分:プログラム共通 選択
●履修年次:1･2年次
●時間割:5/12･26 6/9･23 いずれも土曜１０時～１７時
●定員:１２名

担当教員
吉田雅紀

概要と到達目標
アントレプレナー・シップとは精神や能力ではなく人間の創造的プロセスである。本ゼミでは、「アントレプレナー・シップ」にビジョン、ミッション、リーダーシップ、コミュニケーションなどの面からアプローチしていき、ゼロから1を生みだすチカラをマインドから研究していく。ゼミは実践的な参加型のワークショップであり、単に講義を受けるのではなく、全員参加型の皆で作る講義を目指すものとする。

主な内容
アントレプレナー・シップとは
～アントレプレナーという生き方～
ベンチャービジネスにビジョンは必要か
起業に大切なこと
良い会社の定義
アントレプレナーとリーダーシップ
リーダーシップとはスキルなのか？資質なのか？優秀なリーダーとは？
サーバントリーダーシップ
リーダーシップの条件"
５つのコミュニケーション・スキル

最終的なアウトプットイメージ
研究レポート（Ａ４／１０枚程度）と研究成果発表。
アントレプレナー・シップをリーダー、チーム（組織）、起業機会、ビジョン、ミッションなどの面から自然発生的に作られたチームにて研究する、どのテーマを選択するか、どこからアプローチするかは自由。

履修条件
近い将来、成長意欲の高い起業家を目指す人

評価方法
最終課題→60点　講義貢献度／参加態度／出席点→40点　高得点順に「アントレプレナー（S）」、「イノベーター（A）」、「マネジャー（B）」、「スタッフ（C）」とランク付け

教材･教科書･参考資料等
国領次郎　『オープン・ネットワーク経営』　日本経済新聞社
松田修一　『起業論』　日本経済新聞
末松千尋・千本倖生 『ネットワーク型ベンチャー経営論』ダイヤモンド社
Ｊｅｆｆｒｙ．Ａ．Ｔｉｋｍｍｏｎｓ　末松千尋・千本倖生（翻訳）『ベンチャー創造の理論と戦略』ダイヤモンド社
吉田雅紀　『ベンチャー失敗の法則』　国際通信社
吉田雅紀　『君も社長になろう』　大和書房
吉田雅紀　『ザ・アントレプレナー』　ダイアモンド社
ジェームズ・ハンター　石田 量(翻訳)『サーバント・リーダーシップ』 PHP研究所
ノール・M. ティシー　Noel M. Tichy　イーライ コーエン　Eli Cohen　一條 和生(翻訳)『リーダーシップ・エンジン』東洋経済新報社
W・チャン・キム　レネ・モボルニュ　有賀裕子（翻訳）『ブルー・オーシャン戦略』　ランダムハウス　講談社
ジョン・Ｐ・コッター　黒田由貴子（監訳）『リーダーシップ論』ダイヤモンド社

★2T更新

505　研究科目[ゼミ]

起業ゼミII（鈴木）～ ビジネスプラン作成実習～

●単位：3単位
●履修区分：プログラム共通 選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：8/8開講 第2トライメスター 毎週水曜2限
●定員：10名程度

担当教員
鈴木啓明

概要と到達目標
情報コミュニケーション分野での起業を考えている人のためのゼミとし、事業計画書作成に当たっての基礎となる
①事業計画の基本、②市場予測とアプローチ、③資本政策と事業価値など、順を追って、演習形式で行なう。
また必要に応じて事業パートナーの紹介を行っていく他、起業や計画書作成に関するアドバイスを多角的に行っていく。
最終的な目的としては、日本MITエンタープライズ・フォーラム主催のビジネスプランコンテストへのエントリーを目指す。

最終的なアウトプットイメージ
支援者、出資者などに達意あるプレゼンが出来る、実際の事業として魅力のある事業計画書を作成

履修条件
(1)起業ゼミIを履修済であること。
(2)予め事業化アイデアを定型フォーマットに記載し提出すること
(3)起業に対するコミットメントの強さ及び具体的なアイデアを持っているものを優先
＊履修希望者が多い場合は、面接の上、履修者を決定

評価方法
魅力ある事業計画に当っての基本の履修度合（議論参画を含む）と作成される事業計画書の内容をベースに評価

教材・教科書・参考資料等
教材・教科書：必要に応じて、データまたは、プリントを配布
参考資料　　：適宜紹介

その他
特になし

506　研究科目[ゼミ]

起業ゼミIII（鈴木）～ビジネスプラン実践演習～

●単位:3単位
●履修区分:プログラム共通 選択
●履修年次:1・2年次
●時間割:11/28開講 第3トライメスター 毎週水曜2限
●定員:10名程度

担当教員
鈴木啓明

概要と到達目標
情報コミュニケーション分野での起業を考えて、ビジネスプランを構築している人のためのゼミとし、事業計画に基づく実行にむけて、問題点となるポイント、例えば①基本ビジネスモデル②知財保全③資本政策④マーケティング戦略⑤競合分析⑥組織体制など、演習形式で行なう。また必要に応じて事業パートナーの紹介を行っていく他、起業実行についての各種アドバイスを多角的に行っていく。

最終的なアウトプットイメージ
各種ステークホルダーへの達意あるプレゼンが出来るようになると共に、事業開始に向けた売れる、勝てる、儲かる事業計画を作成・実践する。

履修条件
(1)起業ゼミⅠ、Ⅱを履修済であること。
(2)起業ゼミⅡで作成したような、簡易事業計画書を準備する。
(3)起業に対するコミットメントの強さ及び具体的なアイデアを持っているものを優先
＊履修希望者が多い場合は、面接の上、履修者を決定

評価方法
魅力ある事業計画実行に当っての戦略（議論参画を含む）と実行される事業への取り組み内容をベースに評価
＊起業ゼミⅡ、Ⅲをセットで履修する場合は、Ⅲの成果にて一括して評価を行うことも可能（6単位）

教材･教科書･参考資料等
教材・教科書：必要に応じて、データまたは、プリントを配布
参考資料　　：適宜紹介

506　研究科目[ゼミ]

起業ゼミIII（藤本）

●単位:3単位
●履修区分:プログラム共通 選択
●履修年次:1・2年次
●時間割:11/26開講 第3トライメスター毎週月曜1限
●定員:3～5名程度

担当教員
藤本真佐

概要と到達目標
特にインターネットを活用することを強みとした、アーリーステージの会社の経営者に対するアドバイス、あるいは新会社・社内ベンチャーの立ち上げを履修期間中に実現、又は実現の目処を立てることを「強くコミットメント」する人のためのゼミとし、講義は各人が初期に設定した計画に対する進捗及び課題についての報告を行い、それに対するアドバイスや必要なパートナーの紹介を個別に行っていく形式で実施していく。またゼミ期間中に、専門スクール生徒に対するスタッフ募集のためのプレゼンテーション（募集を希望する方のみ）や、経営分野に精通したアドバイザーや投資家に対するプレゼンテーションも実施していく。

最終的なアウトプットイメージ
<起業済みの方>　経営改善及び経営目標を達成する。
<それ以外の方>　実際に起業する、又は事業の成立が可能と思われるレベルまでの事業計画書を作成する。

履修条件
・起業ゼミⅠ、Ⅱを履修済であること
・事業計画手法の単位を既に取得していること（又は事業計画書作成能力を要していること）
・起業や新規事業立ち上げに対するコミットメントの強さ及び具体的なアイデアを持っている方優先。
＊履修希望者が多い場合は、書類選考又は面接の上、履修者を決定します。

評価方法
実際に起業する、又は事業の成立が可能と思われるレベルまで事業計画書を完成させることで認定を行うものとします。

教材･教科書･参考資料等
教材・教科書：必要に応じて、データまたは、プリントを配布
参考資料　　：適宜紹介

507　研究科目［ゼミ］

加藤ゼミ ～キャラクタービジネスの実践 ～

●単位：3単位
●履修区分：プログラム共通 選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：8 / 6開講 第2～3トライメスター 毎週月曜2限（原則隔週12回実施） ＊詳細下記参照
●定員：10名程度

担当教員
加藤洋

概要と到達目標
日本国内のキラーコンテンツである著名なキャラクターについて関連業界（出版、映画、テレビ、マーチャンダイジング、ゲーム、遊戯施設など）を含め、総合的にキャラクターをマーケティングの見地から各自でキャラクターを選択、研究を進める。

最終的なアウトプットイメージ
自らキャラクターを調査、分析し、作者、ライセンサーライセンシーへの取材とマーケティング的なとりまとめを行い、具体的なビジネスモデルを提案する。

履修条件
キャラクタービジネス未経験者でも可能。但し、キャラクター調査、取材、ビジネスモデルの構築などが必修。
キャラクターマーケティング履修のこと。

評価方法
キャラクター調査、事前分析などの取材レポートの提出⇒３０点、
出席率⇒２０点、（出席率５０%以下は評価なし）。
レポート提出⇒５０点

教材・教科書・参考資料等
適宜紹介

その他
実施予定日は以下のとおり
８月：６日　２０日
９月：３日、１０日
１０月：１日、１５日、２９日
１１月：１２日、２６日
１２月：１０日、１７日
１月：７日

＊デジカメ、取材用テープレコーダーがあると便利です。

５０８　研究科目［ゼミ］

荻野ゼミ ～次世代ｺﾐｭﾆｹｰｼｮﾝﾋﾞｼﾞﾈｽにおける実践的ｿﾘｭｰｼｮﾝﾌﾟﾗﾝﾆﾝｸﾞ～

●単位：３単位
●履修区分：プログラム共通 選択
●履修年次：１・２年次
●時間割：８/６開講 第２ﾄﾗｲﾒｽﾀｰ 毎週月曜２限
●定員：１２名程度

担当教員
荻野健一

概要と到達目標
メディアが多様化し、企業のTVCMの費用対効果が薄れつつある昨今、「続きはネットで」というようにコマーシャルからインフォマーシャルへと、コミュニケーションの主流が移行し、コミュニケーションビジネスにおけるデジタルコンテンツの重要性が増してきている。また、携帯電話の普及にともなうパーソナルメディアの充実は、マスコミ的情報よりも、有料でも見たくなるような、ターゲットが絞り込まれたミニコミ的「個人向けコンテンツ」の充実を促進させている。よって、今後のコミュニケーションビジネスにおいては、情報発信者と視聴者との親和性が高い新しいタイプのコミュニケーションツールを築くことが重要な課題となる。
当科目では院生間のグループワークやコンセプトワークにより、教員の提示する実案件への企画提案を行うことで、次世代のコミュニケーションビジネスにおける課題を解決することを目標としている。参加者諸君には、これらを通じて実践的な思考能力を活性化し、個々の発想力やクリエイティブ能力を高めていってもらいたい。

最終的なｱｳﾄﾌﾟｯﾄｲﾒｰｼﾞ
ターゲット事業会社、及び事業パートナー向けコンテンツビジネス企画書作成。及び企画実現に向けての市場把握のための教育プログラム作成。及びその企画書プレゼンテーション等実習。

履修条件
プレゼンツールとしてパワーポイントを使用するので、事前に学習しておくこと。共同作業を前提とするため、他の受講者との協力関係が重要となる。

評価方法
参加態度＋課題レポート→60点　最終課題→40点　出席率50%以下は評価せず（出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）

教材･教科書･参考資料等
適宜紹介

５０９　研究科目［ゼミ］

平山ゼミ～実践するｅコマース～

●単位：６単位
●履修区分：プログラム共通 選択
●履修年次：１・２年次
●時間割：８/１０開講 第２～３トライメスター 毎週金曜１限
●定員：１０名程度

担当教員
平山泰郎

概要と到達目標
　本ゼミでは、ネットショップを立ち上げ、小規模資本で将来的に独立することを目指す院生に、その実践的な手法を身につけてもらうことを目的としている。
　授業の構成としては、はじめにネットショップに関する概要を講義し、商材選定、販売促進手法、運営手法、ネットショップ運営・構築における一般的な知識を習得する。主なテーマとしては、検索エンジン対策、アフィリエイト、ネットショップデザイン、ユーザービリティ、情報収集手段、費用対効果、各種ソフトの利用など。その後、実際に小資本のネットショップを教材にして、サイトの立上げ、運営、販促を行うことで実践的な手法を学んでいく。

最終的なアウトプットイメージ
新規の小規模ECサイトの立ち上げ、あるいは売上げ向上

履修条件
教材図書を熟読のうえ履修のこと

評価方法
最終課題→70点　参加態度→30点　出席率50%以下は評価せず

教材・教科書・参考資料等
「ネットショップ構築標準ガイド」平山泰朗　アスキー社
「できる100ワザ ネットショップ 顧客を逃がさず利益を上げる実践テクニック」平山泰朗　インプレス社

５１０　研究科目［ゼミ］

島田ゼミ ～ﾘｽｸﾏﾈｼﾞﾒﾝﾄを考慮したｷｬﾗｸﾀｰﾋﾞｼﾞﾈｽの経営計画作成 ～

●単位：３単位
●履修区分：プログラム共通 選択
●履修年次：１・２年次
●時間割：１２/２開講 第３トライメスター 毎週日曜２限
●定員：１０名程度

担当教員
島田勝夫

概要と到達目標
キャラクタービジネスは、常にキャラクターがヒットするかどうかというリスクを持っている。更に、在庫処分損と欠品というリスクをも持っている非常に不安定な経営である。経営は、常に安定し、未来永劫にわたって存続し続けなければなりません。その根本となるのが経営計画であります。現在のキャラタービジネスには、次に示すような多くの問題を抱えています。「価格破壊による利益率の低下」「少子高齢化のよる低年齢ビジネスの限界」「短期集中化による機会損失と在庫増」などです。そこで、「キャラクタービジネスのリスク特性」「キャラクタービジネスが抱える問題点」「「何故在庫が出来るか」など明らかにして、実際にあるメーカーをモデルとして、上記の問題を解決できる経営計画を作成致します。

最終的なアウトプットイメージ
実際のメーカーをモデルにして、その実態を数値面と戦略面から検証し「２００７年度経営計画書」を作成する。

履修条件
有価証券報告書に基づいて、次の経営データを作成しグラフ化をしてください。
・企業名・・・・バンダイ・タカラ・任天堂・サンリオ・セガトイズ
・時期・・・・・・１９９６－２００６年度の１０年間
・科目・・・・・・売上高・経常利益高・製商品棚卸高

評価方法
１００点満点とし７０点以上で単位を与える。
点数の構成は、授業内課題＋最終課題＝７０点 参加態度＝２０点 出席＝１０点とする。
最終課題未提出者は、評価外

教材･教科書･参考資料等
適宜紹介

その他
特になし

511　研究科目【ゼミ】

吉村ゼミ ～海外映画ｺﾝﾃﾝﾂの生涯収支　映画買付から店舗でのﾊﾟｯｹｰｼﾞ販売まで～

●単位：3単位
●履修区分：プログラム共通 選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：4/17開講 第1トライメスター
　　8/7 開講 第2トライメスター いずれも毎週火曜1限
●定員：各10名程度

担当教員
吉村毅

概要と到達目標
海外の映画・ＴＶコンテンツを中心として、映像コンテンツの買付けから、消費者に販売されるまでのウインドウ・流通を俯瞰し、その仕組みを学ぶ。そして、最大効率を生み出す採算計画を作成できる能力（＝プロデューサーとしての能力）を身につけるとともに、自らの企画への応用を試行する。

最終的なアウトプットイメージ
授業を通して学んだ、映画の①劇場配給時、②ＤＶＤ発売時、③TV販売 等の各ウインドウ段階における、損益予測の技術を活用し、実際に各学生が、企画した仮想または実際に製作予定のコンテンツの予測生涯収を「投資採算計画」書として作成し提出する。

履修条件
業界のインサイダー的な情報を取り扱うため、現在、映画業界、広告＆TV（映像企画製作部門）、ＤＶＤ業界に所属される方には、履修をご遠慮頂く場合がございます。あらかじめご了承ください（該当される方は事前にご相談下さい）。価値ある情報提供のためご協力を宜しくお願い致します。

評価方法
・通常のゼミ参加内容による評価（出席状況も考慮）
・試験的な自己作品の企画内容・完成度・現実の市場への可能性

教材・教科書・参考資料等
教材・教科書：必要に応じて、データまたは、プリントを配布
参考資料　：適宜紹介

512　研究科目［ゼミ］

羽根ゼミ～ＡＬ×デジタルによる教育サービス考案 ～

●単位：3単位
●履修区分：プログラム共通 選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：6/14開講 第1～2トライメスター ＊詳細は下記参照
●定員：1、2名程度（場合によっては少数の増員可）

担当教員
羽根拓也

概要と到達目標
本コースは、基礎科目の「アクティブラーニング・学ぶ技術」の応用編として、作られたゼミです。人間の成長する力を育成するために開発された「ＡＬ理論」を「デジタル」という本大学院の研究対象分野と結びつけ、世の中をかえていくようなサービスの研究、開発を目指します。授業は少人数で進め、様々なディスカッションを通して、より深いレベルでの研究を年間を通して進めていきます。フローとしては、「研究」⇒「開発」⇒「実践」の３つのフェーズを繰り返し、最終的にこれらの年間の研究を「発表」するという流れになります。また本コースでは、教室内での研究のみならず、ＡＬ研究の一環として、有名企業、公的機関など外部で講師が実施しているＡＬ研修やＡＬプロジェクトへの参加などを奨励しています。これらの研修、プロジェクトへの参加を通して、より深いレベルでの研究開発が可能になります。

最終的なアウトプットイメージ
「ＡＬ×デジタル」の可能性を最大限に引き出すことを可能にした、教育、人材育成の分野における具体的なサービスを考案し検証する。最終成果物としては、これをパワーポイント等で企画提案書にまとめ、できれば外部へ発表したい。なお、企画内容によってはデモコンテンツの作成も必要となる

履修条件
「人間の成長する力」というキーワードに興味があり、協調性をもって、毎回のクラスに積極的に参加が可能な人。スケジュールは、本ゼミの特徴（外部研修への参加など）から、固定曜日、固定場所で行うだけではなく、適宜、講師との調整をもって決定されていきます。そのため、ある程度、柔軟な参加が可能な方が望まれます。

スケジュール
1回目 6月14日（木）19:00～22:00
2回目 7月19日（木）同 上
3回目 8月09日（木）同 上
4回目 9月20日（木）同 上
5回目 10月11日（木）同 上
6回目 11月08日（木）同 上
7回目 12月06日（木）同 上
8回目 01月17日（木）同 上
＊外部会場での実施となるので注意すること。また、時間と場所は履修者と教員の都合により調整する。

評価方法
・出席評価　30%
　ＡＬクラスは知識を増やすことが目的ではなく、体感し、トレーニングを積むことが重要であるため、出席評価を高く設定します。
・参加態度評価 20%
　ＡＬクラスでは、参加者全員が、積極的に参加し、発言、行動をすることが前提となっている。そこで、クラスを活性化するような、発言、エバリュエーション（評価）　などを行ったものに対し、高い評価を与えます。
・通常課題評価　20%
　通常クラスの中で適宜、課題が出されます。これらの提出状況、提出内容に応じて、評価します。
・最終課題評価　30%
　学期末に、その学期の成果をまとめるレポートを提出していただきます。

教材･教科書･参考資料等
「限界を突破する学ぶ技術」サンマーク出版　羽根拓也
「ジコピー道場」日本実業出版社　羽根拓也

513　研究科目［ゼミ］

リクルートゼミ～実践的ｶｽﾀﾏｰ・ﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞとﾈｯﾄﾒﾃﾞｨｱ・ﾌﾟﾗﾝﾆﾝｸﾞ～

●単位：3単位
●履修区分：プログラム共通 選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：8/9開講 第2トライメスター木曜2限不定期 ＊詳細は下記参照
●定員：20名程度

担当教員
川原信宏

概要と到達目標
このゼミは、他の科目にて習得したマーケティングやＷＥＢプロデュースのノウハウを、実際のリクルートのネットメディアを題材に実践してものである。具体的には、ニーズやシーズの調査やベンチマークサイトの調査、クラスタリングを通じて、より実践的なマーケティングを体験し、その上であらたなサイトの企画を提案していく。履修者には、様々な観点で企画内容をブラッシュアップすることを通して、より実践的なネットメディア作りにチャレンジしてもらうことになる。提案の対象となる題材については第1回目に発表。授業はチームに分かれて、ワークショップやプレゼンテーションを行う形式とする。院生諸君には、インターネットがビジネスの主流となっていく中、本科目で「ネットメディア作り」の各論を体感し、より多くのカスタマーに指示されるような次世代向けの企画を発想豊かに描くことを、楽しみながら進めて欲しい。
なお、カスタマーマーケティングを実行し、その結果から、新たなネットメディアを検討し提案することができるようになることが当科目の到達目標である。

スケジュール
木曜2限 全5回 （第5回目のみ、土曜4限）
第1回目：8/9(木)、第2回目：8/23(木)、第3回目：9/6(木)、第4回目：9/20(木)、第5回目：10/27(土)
1～4回までは隔週にて開講。第5回目は最終プレゼンテーションのため、準備期間を1ヶ月置く

最終的なアウトプットイメージ
題材に対する新しい企画の提案のプレゼンテーション。
概論・考え・コンセプトだけでなく、具体的な提案物を何かしらのカタチで提示すること。

履修条件
・インターネット利用の基本リテラシーを有するもの
・授業外の時間でもグループで課題に取り組むので、それらに積極的に取り組むスタンスを有するもの
・グルーピングを行うので、第1回授業は参加必須

評価方法
提案内容のユニークさ、実現可能性・カスタマー視点でのフィット感、及び、
各回の参加やフィールドワーク・課題の提出内容から総合的に判断。

教材・教科書・参考資料等
第1回目に提示。

514　研究科目［ゼミ］

森川ゼミ ～オンラインゲーム、コミュニティの研究～

●単位：3単位
●履修区分：プログラム共通 選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：11/27開講 第3トライメスター 毎週火曜2限
●定員：12名程度

担当教員
森川亮

概要と到達目標
昨今のブロードバンド普及に伴い成長著しいオンラインゲームやオンラインコミュニティ分野において、サービスやビジネスモデルの調査・研究を行う。ゼミはグループワーク形式で運営し、グループごとにコンテンツの企画や事業計画書を提案作成することを目標とする。

最終的なアウトプットイメージ
グループ毎にコンテンツの企画書もしくは事業計画書を作成し提案する。その後、事業性があると判断した場合に、実際のサービス化も検討。

履修条件
インターネットビジネスもしくはコンテンツビジネスの経験、及び基本的な企画書や事業計画書の作成スキルがあること。
また、有料のオンラインゲームに登録して頂く可能性があります。

評価方法
最終課題→60点 参加態度→40点 出席率50%以下は評価せず

教材・教科書・参考資料等
適宜紹介

その他

515　研究科目［ゼミ］

山本ゼミ ～デジタル技術を駆使したストーリーマーケティングの研究 ～

●単位：9単位
●履修区分：プログラム共通　選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：4/14開講　通期　毎週土曜3限
●定員：5名程度

担当教員
山本和夫

概要と到達目標
　ストーリーマーケティング研究室（SML)での研究活動とリンクしたゼミ。ストーリーマーケティングとは企業が伝えたい製品のメッセージを視聴者の「感情」に作用を及ぼすストーリーに変換し、信頼感や親近感を抱かせる技術である。このゼミでは、既に活動しているSMLの研究員とともに、実写やCG、フラッシュなど最新技術も取り入れた映像ツールを駆使し、Webに最適化したエンターテイメント製作のメソッドを研究・開発する。具体的には、企業のマーケティング担当者よりの依頼で、CGキャラクターを活かしたショートムービーの制作や、エンターテイメントウェブサイトの構築などを行う。

最終的なアウトプットイメージ
企業と共同で研究開発するショートムービーやエンターテイメントWEBサイト等及びそれに関連する研究論文。

履修条件
「映像監督のストーリー演習」の履修は必須。
映像、ウェブ、CG、システム、マーケティング等の個別スキルの学習中であることが望ましい。
＊履修前に事前面談あり（スケジュールは別途要相談）

評価方法
最終課題→４０点　参加態度→６０点　出席率５０％以下は評価せず

教材・教科書・参考資料等
教材・教科書：必要に応じて、データまたは、プリントを配布
参考資料　：適宜紹介

516　研究科目[ゼミ]

久里ゼミⅠ ～「シネマ学」実践=商品価値のある映画創りの提案① ～

●単位:4単位
●履修区分:プログラム共通 選択
●履修年次:1・2年次
●時間割:6/17開講 第1～2トライメスター 毎週日曜3限 (18回予定)
●定員:20名程度

担当教員
久里耕介

概要と到達目標
企画立案からスポンサーへの企画提案のプレゼンまでを実践する。
企画意図、ストーリー構成、登場人物設定、イメージキャストなど、オリジナルに構築した企画提案書を作成、プレゼン用に３分～５分のスポット映像も制作して撮影現場の実際も体験、「シネマ学」を基礎に商品価値のある映画企画の制作を実践していきながら、実際に体験したスポンサーへの交渉などを元に、11月のデジフェスで成果を発表、デジハリ全体で創る映画企画として提案する。

最終的なアウトプットイメージ
企画提案書とオリジナルムービーのプレゼン用スポット映像の制作(3分～5分)。

履修条件
シネマ学を履修のこと。
映画制作に必要なあらゆる作業に、能動的に取り組む意思があること。
＊履修前に事前面談あり(スケジュールは別途要相談)

評価方法
完成作品のクオリティと作業への貢献度にて総合的に判断

教材・教科書・参考資料等
＜参考資料＞パトリシア・コーンウェル著「検屍官」シリーズ（相原真理子訳・講談社文庫刊）
「検屍官」「証拠死体」「遺留品」「真犯人」「死体農場」「私刑」「死因」「接触」「業火」「警告」「審問（上・下）」他適宜紹介

その他
後半部分はロケ等により八王子制作スタジオを利用する予定

517　研究科目【ゼミ】

久里ゼミII ～「シネマ学」実践=商品価値のある映画創りの提案②～

●単位：3単位
●履修区分：プログラム共通 選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：12/2開講 第3トライメスター毎週日曜3限 （12回予定）
●定員：20名程度

担当教員
久里耕介

概要と到達目標
「久里ゼミI」の成果を基に、更に企画成立に向けて、製作予算表や宣伝計画案などを盛り込んだ製作計画書を作成し、スポンサー確保とメインキャストの交渉の為に、20分～30分のパイロット版ダイジェスト映像も制作。
ドラマ部分の撮影などで監督やキャメラマンも自分たちで実践し、より映画の撮影に近い現場の体験もした上で、実際にスポンサーへのプレゼン及びキャストのプロダクションへの交渉を行い、デジハリ全体を巻き込んで映画製作成立へと推し進めていく。

最終的なアウトプットイメージ
製作計画書とオリジナルムービーのパイロット版ダイジェスト映像の制作（20分～30分）。

履修条件
シネマ学を履修のこと。
映画制作に必要なあらゆる作業に、能動的に取り組む意思があること。
＊履修前に事前面談あり（スケジュールは別途要相談）

評価方法
完成作品のクオリティと作業への貢献度にて総合的に判断

教材・教科書・参考資料等
＜参考資料＞パトリシア・コーンウェル著「検屍官」シリーズ（相原真理子訳・講談社文庫刊）
「検屍官」「証拠死体」「遺留品」「真犯人」「死体農場」「私刑」「死因」「接触」「業火」
「警告」「審問（上・下）」他適宜紹介

その他
後半部分はロケ等により八王子制作スタジオを利用する予定

518　研究科目［ゼミ］

木村ゼミ ～映像作品のストーリー企画開発～

●単位：3単位
●履修区分：プログラム共通 選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：4/23開講 通期 毎月第4月曜1限 ＊下記参照
●定員：12名程度

担当教員
木村元子

概要と到達目標
テレビ、映画、BBドラマなどストーリー性のある映像作品の企画を発掘する。原作・オリジナルに関わらず、アイディアを映像作品としてどのように発展させるかを学ぶ。また、DHEプロデューサー（木村元子ほか）DHE所属作家をゲストとして招き、プロの脚本家と共同でストーリー構築を行う。

最終的なアウトプットイメージ
ゼミで年間10本程度の実際に企業にプレゼンテーションを行う企画を作成する。

履修条件
映像企画を自分で作りたい方。ビジネス面は講義しませんので、コンテンツの内容をプロデュースすることに興味のある方
＊映像プロデュース受講がのぞましい

評価方法
企画の提出頻度、また、グループワークへの参加状況が評価の対象となります。

教材・教科書・参考資料等
適宜紹介

その他
通期に渡り第4月曜を中心に月1回、合計12回活動予定だが、状況に応じて調整する予定

519　研究科目[ゼミ]

飯田ゼミ～テレビゲームの研究開発（メディアの拡張）～

●単位：6単位
●履修区分：プログラム共通 選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：4/14開講 第1～2トライメスター 毎週土曜2限（24回予定）
●定員：10名程度

担当教員
飯田和敏

概要と到達目標
テレビゲームはプレイヤーの「インタクション」が存在する事によって他の映像メディアとは異質のものである。「インタラクション」によってプレイヤーはテレビゲームとして構築されたひとつの世界を実際に体験することになる（これはまさに体験であって、擬似体験でも仮想体験でもない）。本授業では、テレビゲームはどのような文脈から派生してきたのかという観点から、文化的なマッピングを行い、それに基づいた作品を制作していく。

最終的なアウトプットイメージ
PSP向けアドベンチャーゲームの作成（2005年実績）
次世代ゲームとしての同人誌「アロハ嗚咽」開発販売（2006年実績）
これまでと同様に広義のゲームの制作を目指す。

履修条件
「初めて夢中になったゲーム」と「最近夢中に遊んだゲーム」を思い出して両者を比較しておいてください。ソフトを持っていれば持参してください（オリエンテーションで使用します）。

評価方法
授業内課題+最終課題→６０点　参加態度→４０点　出席率５０％以下は評価外

教材・教科書・参考資料等
日本文学ふいんき語り（双葉社）
ベストセラー本ゲーム化会議（原書房）

吉田ゼミ～コンテンツのヒット要因研究～

●単位：３単位
●履修区分：プログラム共通 選択
●履修年次：１・２年次
●時間割：９/７開講 第２～３トライメスター金曜１限 （９月～２月 全１２回予定） ＊詳細下記参照
●定員：条件にあう若干名（１０名以内を目処とする）

担当教員
吉田就彦

概要と到達目標
当ゼミは、コンテンツビジネスを指向する本学の院生の中でも、特に「ヒット学」を実際のビジネスに活用しようとするものと、ヒットを生み出す人材の能力開発プログラムに興味があるものを対象とし、院生諸君が能動的にヒットの要因を研究分析していくゼミである。実際の活動はヒットコンテンツ研究室(HCL)の２つの研究活動（①ヒット現象の数理モデル②ヒットプロデューサーのＥＱ能力分析）とも連動し、ゼミ活動の過程の中で、対人コミュニケーションスキルの向上等、ヒットを生み出すプロデューサーやディレクターとして必要な能力の育成や「ヒット学」的ヒット作りのノウハウ取得も目標としている。ちなみに、HCLの本年度の研究予定は、①で映画とセカンドライフ内でのヒット作り実践、②で、継続的なヒットプロデューサーへのデータ取得活動と分析である。

最終的なアウトプットイメージ
ヒット学に基づく、ヒットの研究レポート。アプローチ法としては、ヒットコンテンツ研究室でのメイン研究課題である①ヒットの数理モデル②ヒットプロデューサーのＥＱの能力研究をメインに、ヒット学で定めたマーケティング・ミックスに表れるヒットの要因の分析レポート。

履修条件
コンテンツプロデューサー、ディレクターを志望する者で、コンテンツビジネステーマを保有している者。または、コンテンツ教育プログラムに興味がある者。事前審査有り。PPT１～３枚程度のヒット分析テーマを提出のこと。また、「ヒットコンテンツ事例研究」（05～06年度実施）を受講しなかったものは、本年度の「ヒットプロデュース能力開発演習」（07年度1T実施）の受講をマストとする。
＊履修前に事前面談あり（スケジュールは別途要相談）

評価方法
ヒット分析レポート評価→６０点、プレゼンテーションスキル評価→３０点、参加態度評価→１０点。

教材・教科書・参考資料等
購入必須：ヒット学～コンテンツ・ビジネスに学ぶ6つのヒット法則～（ダイヤモンド社、吉田就彦著）
参考：ヒットの哲学（日経BP社、原正人著）、ヒットを読む（日本経済新聞社、品田英雄著）、考具（阪急コミュニケーションズ、加藤昌治著）、ＥＱマネージャー（東洋経済新報社、デイビッド・Ｒ・カルーソ、ピーター・サロベイ著）、ＮＬＰ理論（明日香出版社、千葉英介著）、ＮＬＰハンドブック（春秋社、Ｌ・マイケル・ホール著）、メディア時代の広告と音楽（新曜社、小川博司他著）、マーケティング（新世社、上田隆穂、江原淳著）

その他
E!リサーチ株式会社日高美英子マネージャーをゲストとして数回迎える予定

スケジュール
9/7～12/14、1/11～2/22 それぞれ隔週 合計１２回実施予定

521　研究科目［ゼミ］

児玉ゼミ（短期）～コンテンツ文化政策論～

●単位：1単位
●履修区分：プログラム共通 選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：第2トライメスター　11/23（金）・24（土）・25（日）
●定員：10名程度

担当教員
児玉徹

概要と到達目標
平成16年に制定された「コンテンツ促進法」で謳われるように、コンテンツ振興のための施策は、コンテンツ制作者の創造性の発揮を促し多様な文化の創造に資すること、及びコンテンツ事業者の発展を促し経済社会の活力向上に寄与すること、という文化及び経済両方の発展を意図して実施されなければならない。本講義では、この考えを中軸に据えながら、コンテンツの創造、保護及び活用に一貫して関連する著作権法を中心とした知的財産法の枠組み、著作権ビジネスを機軸としたコンテンツ産業の基本構造、国家又は地方自治体のコンテンツ振興に係る文化・産業政策、市民・NPOのコンテンツ文化振興活動、一般企業がCSR（Corporate Social Responsibility）の一環として実施するコンテンツ文 化支援活動等についての分析視座を、国内外の事例を適宜交えながら、講義・演習により習得する。

最終的なアウトプットイメージ
レポート課題（授業の際に、レポート課題の詳細を説明する予定）

履修条件
コンテンツビジネスに係る法的枠組みや法政策的な視点を身につけたい人

スケジュール
11/23（金）10:00 -17:00
11/24（土）18:00 -21:00
11/25（日）15:30 -18:30

評価方法
レポート課題30点　出席率及び参加態度70点　（レポート課題未提出者は評価せず）

教材・教科書・参考資料等
適宜紹介

その他
特になし

１４３　研究科目【プロジェクト科目】　ＷｅｂサイトＭ＆Ａコンサルティング

●単位：１単位
●履修区分：プログラム共通 選択
●履修年次：１・２年次
●時間割：第3トライメスター １２/１０開講 毎週月曜１限
●定員：２０名程度

担当教員
竹内敬人

概要と到達目標

２００５年のライブドアのニッポン放送株取得騒動によって一般にも広く知れ渡った企業買収が、２００７年の三角合併解禁により、より増加していくことは想像するに易い。一方でWebサイトがごく当たり前のビジネスツールとして定着し、企業にとって必要不可欠な存在となった今、Webサイトそのものに資産価値を見出す動きが生まれ、Webサイトに特化した買収、「WebサイトＭ＆Ａ」というべき市場が形成されつつある。これはWebサイトの売却を最終目標にするという観点で、価値の低いWebサイトを安く購入し、デザイン、コンテンツ、ＳＥＯ、プロモーション等を修正し、価値を上げ転売するというもので、Webサイトを不動産物件の売買やリノベーションと同様に扱うという全く新しいビジネスモデルである。

本科目は、こういった市場の流れを受け、Webサイトの資産価値を鑑定する「目」を養い、「WebサイトＭ＆Ａ」のコンサルティングノウハウを習得することを目指すものである。よって、授業では、実際に売りに出ている非公開物件（Webサイト）情報を当科目履修者のみに公開し、その物件の価値向上案を提案するケーススタディスタイルをとる。そして優秀な提案があった場合には、当然それに従って転売、キャピタルゲイン獲得といったステップにまで進んでもらい、希望者がいれば、授業終了後も教員のビジネスパートナーとしてこの「WebサイトＭ＆Ａ」ビジネスで活躍してもらうことも視野に入れている。従って履修を望む院生には、新しいビジネスに挑戦し、そのノウハウを習得、標準化していくという高い意欲を持つ者を求める。

最終的なアウトプットイメージ

授業内で取り組む課題

主な内容

※11月25日（日）にＷＥＢサイトＭ＆Ａコンサルティング説明会を実施いたしますので、受講希望の方は必ずご出席ください

	日程	授業タイトル	授業内容
1	12/10	授業の進め方について WebサイトのM&Aとは	WebサイトM&Aの全体像を概説するとともに、当科目の進行方法、4回目以降、実際に履修者諸君が取り組む案件（具体的物件の公開含む）について説明する。
2	12/17	サイトの査定方法	WEBサイトの査定方法を過去の事例に基づき解説し、売れるサイトか売れないサイトかを見極める方法を理解する。また、今後グループワークを行う際にスムースにチーム編成ができるよう、院生のPRタイムを設ける予定。
3	1/7	優良売りサイトの集め方	「良いサイトは売却しない」という常識からの脱却を促し、「良いサイトだからこそ売却する」と言わせるための施策とその優良売りサイトを探す方法を解説。M&Aのポイントでもある仕入れ方法を理解することをゴールとする。
4	1/21	ケーススタディ1 ヒアリング	実際に物件のオーナー、もしくは買入れ担当者を招き、院生諸君からの質問に答える。授業は、場合によっては、チームごと、案件ごとでの個別展開となる。院生はここでどの物件に取り組むかを決定する。
5	1/28	ケーススタディ1 プレゼンテーション①	その物件を選んだ理由、および、前週のヒアリングに基づいた、その物件の内的改善ポイント、プロモーション方法やPVの上げ方、売却先の選定などのリノベーションプランのプレゼンテーション。
6	2/4	ケーススタディ1 プレゼンテーション②	上記同様
7	2/18	ケーススタディ2 ヒアリング	授業展開はケーススタディ1と同様。 ケーススタディ1の経験を活かして、次回以降、より実践的な提案ができるようなヒアリングを目指す。
8	2/25	ケーススタディ2 プレゼンテーション①	その物件を選んだ理由、および、前週のヒアリングに基づいた、その物件の内的改善ポイント、プロモーション方法やPVの上げ方、売却先の選定などのリノベーションプランのプレゼンテーション。
9	3/3	ケーススタディ2 プレゼンテーション②	上記同様
10	3/10	レビュー	Webサイトの集め方、査定、リノベーション、売却等、これら一連の流れをレビューする。

履修条件

IT、インターネット、会計の基礎知識。

評価方法

授業内で取り組む課題と授業への参加態度から総合的に判断

教材・教科書・参考資料等

SiteM&A～ウェブサイト売買による経営戦略～　出版社:幻冬舎　竹内敬人著

その他

ノートＰＣと電卓の持参が望ましい

＊当科目はデジタルハリウッド大学院特別授業として、外部受講生も参加いたします

デジタルハリウッド大学院
２００７年度シラバス

２００７年3月３１日
（大阪サテライトキャンパス）

はじめに

シラバスは各授業の概要やスケジュール、履修方法を把握し、本学のカリキュラムを理解するためのものです。
記載内容を熟読し、履修登録時のみならず、常に学院生活に役立てるように心がけてください。

開講期間について
本学はトライメスター制（3学期制）をとっております。
・第1トライメスター　4/13（金）～7/29（日）
・第2トライメスター　8/4（土）～11/12（月）
・第3トライメスター　11/26（月）～3/10（月）
一部科目を除き、トライメスター間は基本的に授業を行いません。

時間割について
平日：1限→19時～21時　2限→21時15分～23時15分
土日：1限→10時～12時　2限→13時～15時　3限→15時30分～17時30分　4限→18時～20時
＊科目によっては上記時間割設定と異なるものがございます。

ゼミの授業時間と回数について
ゼミはひとつのトライメスター内で実施するものと、いくつかのトライメスターにまたがって実施するものとがあります。
実施期間や時間に応じて単位数が変動していますので、ゼミの単位数には特に注意してください。

履修登録上の注意
・「履修条件」の記載がある科目についてはその内容を確認の上、履修登録してください。
　条件を満たさない場合には履修登録できないこともございます。

・履修希望者が多数の場合は、教員の判断により、面談、抽選、試験等により調整いたします。
　また、そういった調整が入った場合、当初定めた履修科目通達日には履修の可否を連絡できない場合があります。
　あらかじめご了承下さい。

・履修希望者が極端に少なく、十分な教育効果が得られないと教員が判断した場合は、開講しない場合があります。

・本学ではトライメスターごとに履修登録を行っており、その都度、学費を納入していただいております。この際、前学期の
　学費を滞納、未納された方は履修登録ができないことがあります。

その他注意事項
・授業の日程、内容は業界動向、履修者属性等により変更になる場合があります。事務局や教員からの連絡にご注意
　下さい。特にゼミに関しては、研究の進行状況により日程の変更が頻繁に発生することもありますので、教員や院生
　と綿密なコミュニケーションをとり、実施スケジュールには十分ご注意下さい。

・PCを使用する演習科目では科目の内容や期間に応じて「教材費」が別途必要になります。

成績評価について

本学の成績評価は、一般科目（基礎科目、実践基礎科目、応用展開先端科目研究科目）においては、各科目ごとに設定された「到達目標」に対しての達成度を、またゼミ（研究科目）ではアウトプットや参加態度を、5段階（S～D）であらわす形式となっております。採点は原則として下記表中の「基準となる採点方法」に従って行われ、「授業内課題」、「参加態度」等の採点項目の合算値によって決定しています。ただし、科目によっては独自の方法や項目を設定している場合もございますので、必ずシラバスを参照してください。

科目区分	科目内容	基準となる採点方法
基礎科目	デジタルコンテンツマネジメントを遂行するために必要な、変化に対応できる基礎的な知識、技能、基本となるヒューマンスキル、倫理を培うことを目的とする科目	授業内課題+最終課題→７０点、参加態度→３０点、出席率５０％以下は評価外（出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）
実践基礎科目	コンテンツのディレクションまたはプロデュースに特化した実務についての専門的な知識を理論的に理解することを目的する科目	授業内課題+最終課題→８０点、参加態度→２０点、出席率３０％以下は評価外（出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）
応用・展開・先端科目	デジタルコンテンツの進化に対応できる、応用的、展開的、先端的な、深い専門知識を修得することを目的とする科目	授業内課題+最終課題→９０点、参加態度→１０点、出席率３０％以下は評価外（出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）
研究科目（ゼミ）	デジタルコンテンツマネジメント領域における実務研究を行うための専門知識を習得するための科目	授業内課題＋最終課題→６０点　参加態度→４０点　出席率５０％以下は評価外（出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）

評価ランク	点数	備考
S	91-100	履修者数の０～１０％程度
A	81-90	
B	71-80	
C	61-70	
D	-60	単位認定不可

注意

評価ランクは院生個々人の到達目標に対する達成度をあらわすもので、原則として各ランクごとの人数が決っているわけではありません。ただし、上記のように「S」に関しては、履修者中、特に優れた方にのみ適用されるものとし、人数の目安が定められています。

科目一覧

科目区分	学習領域	科目NO	科目名	単位数	頁
基礎科目	ｺﾝﾃﾝﾂﾋﾞｼﾞﾈｽに携わる人材に必要なｽｷﾙと倫理	102	コンテンツビジネスにおけるコンプライアンス	2	6
	ｺﾝﾃﾝﾂﾋﾞｼﾞﾈｽ・産業構造・歴史・未来	103	デジタルコンテンツ産業概論	2	7
		104	新ＩＴ産業論	2	8
	ビジネスプランニング	108	事業計画手法	1	9
	コンテンツ基本表現手法	109	デジタルグラフィックス表現演習Ⅰ（ＷＥＢ）	2	10
		110	デジタルグラフィックス表現演習Ⅱ(Ｍａｙａ)	2	11
		111	ＷＥＢプログラミング演習(JAVA)	2	12
		112	映像演出	2	13
実践基礎科目	ビジネスプランニング	113	ビジネスモデル演習	1	15
	マーケティング	148	クライアントマネジメント	2	16
		144	インターネットマーケティングB	2	17
	アートディレクション	119	デジタル映像表現手法	2	18
	ストーリーディレクション	120	映像監督のストーリー演習	2	19
	テクニカルディレクション	121	ＩＴソリューション導入手法	2	20
	エディトリアルディレクション	145	ＷＥＢコンテンツマネジメント編集	2	21
	制作マネジメント	124	コンテンツメディア・プロダクション	2	22
		125	ＷＥＢプロデュースⅠ（制作）	2	23
		126	ＷＥＢプロデュースⅡ（システム）	2	24
		146	WEBディレクション	2	25
		147	システムとネットワークのセキュリティ概論	2	26
応用・展開・先端科目	先端制作技術研究	136	デジタルコンテンツ技術変革論	2	28
		137	ポストプロダクション先端技術演習	2	29
		138	クロスメディア演習	2	30
	総合展開	139	ヒットコンテンツ事例研究	2	31
	必修	142	修了課題制作	2	33
		143	プロジェクト科目	1～2	
研究科目	情報メディア・ネットワーク分野ゼミ	522	福井ゼミ	3	34
	情報経済分野ゼミ	523	杉浦ゼミ	3	35
		524	渡辺ゼミ	3	36
		525	咲本ゼミ	3	37
	情報芸術分野ゼミ	526	栩木ゼミ	3	38
	情報文化分野ゼミ	527	稲泉ゼミ	3	39

基礎科目

102　基礎科目

コンテンツビジネスにおけるコンプライアンス

●単位：2単位
●履修区分：必修
●履修年次：1・2年次
●時間割：4/18開講　第1トライメスター水曜1限
●定員：20名

担当教員
杉浦幹男

授業概要
IT技術の飛躍的発展等に伴うグローバル化の進展は、コンテンツビジネスを発展、多様化させる一方で、汎用性を特質として持つコンテンツ作品の保護に対する規制強化の必要性が発生している。二次・三次利用と収益構造を拡大していくコンテンツビジネスにおいて、知的財産権の保護が重要な戦略課題であると同時に、類似作品による同権の侵害の危険性が高まっている。また、個人情報保護法等、ネットワークビジネスに際しても配慮すべき事項が増大している。さらに、今や欠かすことのできない国際展開に際しても、WTO（国際貿易機関）での議論の高まりや2005年秋にユネスコ「文化多様性条約」が発効する予定であるなど、国際基準、各国法への配慮も重要となっている。
本講座においては、コンテンツビジネスに係るプロデューサー、ディレクターをはじめとする全ての関係者に不可欠となった法令遵守（コンプライアンス）に関する基礎知識の習得を目的とする。国内の関連諸規制を概観するとともに、国際的な動向、各国法についても最低限の基礎知識として概観することとする。あわせて、コンテンツビジネスのための資金調達手法等の財務についても概論する。

到達目標
本講義は、①著作権に関する基礎的な知識を習得し、具体的場面においてイメージ化できること、②権利処理の大まかな流れを習得すること、③コンテンツビジネスの遂行に伴う法的なリスクのポイントを押さえ、これについての嗅覚を養うこと、④コンテンツビジネスに関する契約の仕組みを理解し、留意すべき条項のイメージを掴むこと、等を全体を通じた到達目標とする。

主な内容

回数	日程	授業タイトル	授業内容
1	4/18	コンテンツビジネスの法規制：概論	わが国におけるコンテンツビジネス関連の法規制の経緯と現状について解説する。
2	4/25	コンテンツビジネスの法規制：知的財産権（著作権、特許）①－国内法	わが国における知的財産権、特許の保護に関する法規制の概要と判例について解説する。
3	5/9	コンテンツビジネスの法規制：知的財産権（著作権、特許）②－国内法	回に引き続き、わが国における知的財産権、特許の保護に関する法規制の概要を判例を中心に解説する
4	5/16	コンテンツビジネスの法規制：知的財産権（著作権、特許）③－国際基準、各国法	知的財産権、特許の保護に関する国際基準、各国法の動向（欧米、アジア諸国の動向と課題）について解説する。
5	5/23	コンテンツビジネスの法規制：ネットワークセキュリティ、個人情報保護	わが国におけるネットワークセキュリティ、個人情報保護に関する法規制の概要と判例について解説する。
6	5/30	コンテンツビジネスの法規制：契約関連法	わが国における契約、および利用に関する法規制の概要と判例について解説する。
7	6/5	コンテンツビジネスの法規制：電子商取引	わが国における電子商取引の現状を踏まえ、契約および利用に関する概要と判例について解説する。
8	6/13	コンテンツビジネスの法規制：法人設立	コンテンツビジネス関連法人の設立に関する諸手続き、メリット・デメリットについて解説する。
9	6/20	コンテンツビジネスの法規制：まとめ	今後の課題と最新動向について解説する。また、質疑応答の時間を設ける。
10	6/27	コンテンツビジネスに関する資金調達手法：概論	外部資金の調達手法の概要、投資リスクに関する考え方について解説する。
11	7/4	コンテンツファンドの実際：VC(ベンチャーキャピタル)	VC（ベンチャーキャピタル）による資金調達に関する現状と諸問題（求められる条件等）について解せ悦する。
12	7/11	コンテンツファンドの実際：コンテンツファンド	公募型ファンドによる資金調達に関する現状と諸問題（求められる条件等）について解説する。

履修条件
特にないが、出席を重視する。

評価方法
授業内課題+最終課題→60点、参加態度40点、出席率50%以下は評価せず
原則的に毎回10分間のミニ試験を実施する。最終課題は、「コンテンツビジネス法規制」の最終日に試験を実施する

教材・教科書・参考資料等
監査法人トーマツ編『コンテンツビジネスマネジメント』(日本経済新聞社)
㈱C&R総研・㈱クリーク・アンド・リバー社編『プロデューサー・カリキュラム』(㈱C&R総研)
大阪弁護士会知的財産法実務研究会編『デジタルコンテンツ法 上・下』(商事法務)

デジタルコンテンツ産業概論

●単位：２単位
●履修区分：選択
●履修年次：１・２年次
●時間割：４/１９開講　第１トライメスター木曜１限
●定員：２０名

担当教員
杉山知之

授業概要
本講座は、近年、コンテンツ産業として、我が国を代表する産業として扱われるようになった産業の実態について把握することを目的とする。現在、コンテンツ産業と呼ばれるようになった産業は、14兆円以上の経済規模を持ち、我が国のＧＤＰの2.5%を担っていると算出されている。この産業の実態は、背景となる技術、またビジネスモデルにおいて、区別しうる産業または業界として、異なる発展をしてきたものであるが、どのメディアコンテンツにおいても、デジタル化が進むことにより、相互に関係を深くし、大きくコンテンツ産業として捉えることが可能となった産業なのである。
本講座においては、出版、音楽ソフト、映画、テレビなど、国民生活において、重要な役割を持つ主要なメディアのデジタル化が進んでいることを理解することとする。ここでは、主要コンテンツのデジタル化について、制作、流通、視聴という３つの環境について、「メディア美学」の視点を含め、歴史的に振り返り、現在に至るまでの経過を、それぞれのメディアごとに解説する。その上に、最初からデジタルコンテンツとして登場したWEBコンテンツ、携帯電話用コンテンツ、ゲームコンテンツに関しても、制作、流通、視聴という観点から解説を試みる。これらのことにより、コンテンツ産業として、統合した形で扱われるようになった日本のコンテンツ産業の構成要素となっている各産業の実体を理解することとする。この講座は、本大学院のカリキュラムにおいて、基礎的な知識を担う講座として位置づけている。尚、コンテンツ流通など、我が国の商習慣が複雑な分野については、実際の業務に関わっているゲスト講師を召喚する予定である。

到達目標
デジタルコンテンツ産業を支えている基本的な技術と発展の歴史を理解し、産業全体の大枠を理解すると共に、産業界で日常的に使われている基礎的な専門用語について、その意味するところを把握する。さらにこれまでの歴史を踏まえて、近未来のデジタルコンテンツ産業の発達について展望を描ける基礎力をつけること。

主な内容

回数	日程	授業タイトル	授業内容
1	4/19	歴史から学ぶコンテンツ産業の発達（その1）	コンテンツとは／音楽コンテンツと録音再生技術／アナログからデジタルへ
2	4/26	歴史から学ぶコンテンツ産業の発達（その2）	音楽家とコンテンツ産業／著作権行使を考える（アクティブラーニング利用）
3	5/10	歴史から学ぶコンテンツ産業の発達（その3）	コンピュータ＝メディアへの歴史／レーザーディスクの特徴／Aspen Moviemap
4	5/17	歴史から学ぶコンテンツ産業の発達（その4）	The Media Lab／デジタルメディア史に残る数々のデモを解説
5	5/24	先端技術に見るコンテンツ産業の未来	ユビキタス社会へ／docomo 2010 vision／近未来コンテンツの形（アクティブラーニング利用）
6	5/31	コンテンツ産業のキーマンから学ぶ知見（その1）	コンテンツ産業の現実（ゲスト　日本のコンテンツ政策・経済産業省or総務省官僚）
7	6/7	コンテンツ産業のキーマンから学ぶ知見（その2）	コンテンツ産業の現実（ゲスト　モバイルマーケティングは何を可能にしているのか？）
8	6/14	コンテンツ産業のキーマンから学ぶ知見（その3）	コンテンツ産業の現実（ゲスト　デジタルラジオはラジオではない？）
9	6/21	コンテンツ産業のキーマンから学ぶ知見（その4）	コンテンツ産業の現実（ゲスト　映画産業の収益モデルは崩れる？）
10	6/28	コンテンツ産業のキーマンから学ぶ知見（その5）	コンテンツ産業の現実（ゲスト　現代日本アートの価値を知る）
11	7/5	コンテンツ産業のキーマンから学ぶ知見（その6）	コンテンツ産業の現実（ゲスト　Second Lifeに見る新たな生活空間の創造とは？）
12	7/12	デジタルコンテンツ産業概論の総括と未来	まとめ／近未来のコンテンツ産業について全員で議論

履修条件
特になし

評価方法
出席３０%以上、レポート提出（最終講義後）、授業内での発言、発表を総合的に勘案して評価する。

教材・教科書・参考資料等
適宜紹介・配布

新ＩＴ産業論（旧情報産業論）

●単位：２単位
●履修区分：選択
●履修年次：１・２年次
●時間割：１２／７開講　第３トライメスター　金曜１限
●定員：２４名

担当教員
竹野内勝次

授業概要
高度情報化社会の進展は、ハードウェア、ソフトウェア、ネットワークなどの技術環境の高度化に加え、人間活動、社会に於ける情報活用レベル高度化により変化していく。当講義では、日本のIT・コンテンツ産業を担うビジネス＆コンテンツプロデューサー及び、コンテンツディレクターに必要な「プラットフォーム産業」に関する基礎知識、「コンピュータ（汎用機/PC）、OS、ソフトウェア、システムインテグレーション、携帯・TV・カーナビ・情報家電、地上波デジタルやブロードバンドサービス等の情報産業」に於ける歴史、産業構造、近年の動向、未来予測、今後の課題について考察し、情報に関する幅広い視野を養い、情報活用能力を高める事を主眼に議論を進める。

到達目標
　情報産業の過去・現在を学び、来るべき新たなIT産業のあり方（未来）について、一人一人が自分なりの立場で、それぞれの考え方を表現できる様になること。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	12/7	序論	情報の歴史とコンピュータの発展についての流れを解説しつつ、学生の知識レベルと興味あるテーマを探り共有する。初講としては必要最低限の基礎知識、現在のレベルでのシステム・プラットフォームの上で、個人の創造性と技術力により、より高度なコンテンツ創造の可能性について議論する。
2	12/14	コンピュータの誕生とハードウェア産業	情報のデジタル化を可能にしたコンピュータの誕生から約50年。ENIACコンピュータの真空管から始まり、トランジスタ、IC、LSIにより、処理能力は年々向上している。この講義では、コンピュータ、半導体の歴史と、世界のハードウェアメーカーの変遷、日本のメーカーの勢力図などを理解する。
3	12/21	アルゴリズムとプログラミング	一般にコンピュータは通常の家電と異なり、ハードウェアだけでは用を足さない。車の両輪の役割がソフトウェアであり、それは即ちプログラムである。そのプログラムの骨格をなすものがアルゴリズムである。この講義では、アルゴリズムとは何かを理解し、プログラミングの基本、そしてハードウェアとソフトウェアの連携によりコンピュータが動く仕組みを理解する。
4	1/11	パソコンの登場とパソコンソフトウェア市場	1980年前後から、いわゆるPC（パーソナルコンピュータ）が登場した。パソコンは一体化した個人用の安価コンピュータとしてスタートを切ったが、後の技術革新により、性能はここ20年でめざましく向上し、ネットワーク下の重要なポート（端末）として機能している。この講義では、パソコンのメーカーの変遷、ソフトウェアベンダーの変遷を知り、パソコンソフトウェア市場の現状を把握する。
5	1/18	インターネットとネット・ビジネス・チャンス	米国国防省のDARPAネットの開放により普及したインターネットは、米国のみならず、世界中を一つのコンピュータネットワーク化した。その利用者は年々増加しており限りは見えない。あらゆる業種に於いてそのネット上での新しいサービスやビジネスが試行されている。この講義では、インターネットの歴史と現在のネットビジネスの成功・不成功を知り、今後のビジネスチャンスとなるテーマや手法を議論する。
6	1/25	システム開発とオブジェクト指向	ハードウェア、ソフトウェア、ネットワークの技術革新により、プラットフォームは、より多様化するが、それに伴い情報システムの開発手順も変化している。開発行程（ウォーターフォール/プロトタイピング/スパイラルモデル）や開発設計技術（構造化/データ中心/オブジェクト指向）も、目的用途により総合的見地から検討すべきである。この講義では、近年のJavaに代表されるオブジェクト指向によるプログラミングやコンテンツ製作の背景、手法について理解し、効率よいデザイン・パターンを議論する。
7	2/1	ISV、SIの登場とシステムインテグレーション市場	ISV（インデペンデント・ソフトウェア・ベンダー）やSI（システム・インテグレーター）と呼ばれるソフトウェアを中心にハードウェアやネットワークに詳しい専門業者の出現により、よりコスト/パフォーマンスを追及したシステム指向が高まってきている。パソコンがホワイト・ボックス化し、低価格になり、インターネットの多様な利用方法により従来とは変わった分散処理も可能となった。この講義では、プラットフォーム利用技術のプレーヤーとなるSIによるシステムインテグレーション市場の実態を理解し、その将来像を議論する。
8	2/8	情報セキュリティの概念	インターネットの普及に伴い、セキュリティに対する関心は急速に高まっている。個人情報の保護からハッカー対策まで、これからのシステムには必要不可欠である。個人認証、オープンネットワークのセキュリティ（ファイアーオール、コンピュータウィルス）やヒューマンファクター（フール・プルーフ、フェールセーフ/フェールソフト）などに関して、情報セキュリティについてのポリシーが必要な時代となっている。この講義では、情報セキュリティを理解する上でのリスク、セキュリティ要件のポイントを把握し、そのための技術や環境を考察する。
9	2/15	ユーティリティ・コンピューティング時代の提言（将来像）	2010年を想定して、いくつかの将来像を見ることができる。この講義では、①自社のサーバー（コンピュータ自体がなくなる）がなくなる。②「オートノミック」や「グリッド」によりシステムダウンが過去の遺物になる。③コンピュータリソースを好きな時に使い使った分だけ料金を払う、というユーティリティ・コンピューティングの可否を議論し、未来の予測をする。
10	2/22	リアルタイムとウェアラブルコンピュータの提言（将来像）	この講義のポイントは「リアルタイム」である。前講では、システムのバックエンド側の将来を展望した。ここでは、ヒトやモノの動きが即座にシステム上に反映される現在の携帯電話やPDAの延長線上にあるウェアラブル・コンピュータ、さらにはICタグや次世代Webサービスについての将来像や、ユビキタス社会について議論し、未来の予測をする。
11	2/29	「知識（ナレッジ）」の活用の提言（将来像）	この講義では、過去のAIブームの失敗と、その流れの中から生れた自然言語処理や知識処理の研究により、コンピュータがよりナレッジを理解するものと予測する。ナレッジ・マネジメントにより、個人知識、企業知識、社会知識等のデータベースを最大限活用する。メタデータをオントロジで記述するセマンティックWebの可能性も議論し、未来のナレッジ・システムを予測する。
12	3/7	総括と課題提出	将来のIT動向のキーワードは「Fusion」である。過去の技術、市場、産業形態を理解し、かつ情報産業の現在から未来を展望すると、数々の可能性が見えてくる。しかし、それはカオスの中からトレンドを見い出すことで、決して容易ではない。可能性と未来予測の議論の中に、学生達の創造性と向学心を掘り起こす事を総括として目指す。

履修条件
特になし

評価方法
出席率５０％　欠席者には、翌々週までに当該授業内容についてのレポートを提出。
講義内ディスカッションへの参加度合、レポート提出による自己のライフ・プラン、キャリア・プランの表現力と情報産業トレンドへの理解度、最終課題テーマ「今後のこの業界でのプランについて」の提出および発表の内容で評価を行う。

教材・教科書・参考資料等
教材・教科書：必要に応じて配布　参考資料等：適宜紹介

事業計画手法

●単位：1単位
●履修区分：選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：4/21開講　第1トライメスター前期　土曜　18：30～
●定員：10名

担当教員
咲本勝巳

授業概要
大企業の新規事業担当者または起業家のために、実践的な事業計画の策定等について必要な基本的能力を身につけてもらうべく講義を構成する。インターネットビジネスを立ち上げることを前提としつつも、インターネットビジネスを立ち上げる多くのケースで見受けられる失敗に陥ることのないよう、経営戦略論の基本をふまえ、骨太の戦略構想ができるようになることを目指す。ほとんどが本授業は、企画書作成能力、プレゼンテーション能力なども向上させる内容でもある。授業内外のグループワークも多用する。

到達目標
初心者でも説得性の高い事業計画・企画を作成できるようになることを目標とする

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	4/21	経営戦略論入門	ビジネスモデル、事業ドメイン、戦略と戦術の違いなどの基本的知識
2	5/12	経営戦略論研究1	規範型戦略論（デザイン学派、プランニング学派、ポジショニング学派）について学ぶ
3	5/19	経営戦略論研究2	学習型戦略論（ラーニング学派、アントレプレナー学派）について学ぶ
4	5/26	マーケティング戦略論研究	マーケティングと広告の基礎、定説とその問題点、新しいマーケティングと広告概念についてと戦略論との関係について学ぶ
5	6/2	事業計画手法方法論	事業計画作成に最低限必要な知識を学ぶ
6	6/9	ビジネスプラン発表	各自企画のビジネスプランを発表する。

履修条件
1．毎回の講義の予習として難解な書籍を読み、その内容を前もって理解しておくことのできる者。
2．毎回時間を要する課題を出すので、その課題に熱心に取り組むと共に、取り組むための時間も確保でき、約束の守れる者。
3．使用する書籍を第1回目開講までにすべて購入して揃えている者。

評価方法
①筆記試験1回）もしくはケーススタディ1回の発表内容、②出席率は50%以上（高出席ほど配点は高い）、③左記①と②の重みは1：1

教材・教科書・参考資料等
下記の書籍3冊を使用するので開講までに購入しておき、第1回目の講義に必ず持参すること。

■ ヘンリー・ミンツバーグ（著）『戦略サファリ　戦略マネジメント・ガイドブック』（東洋経済新報社）
■W・チャン・キム（著）『ブルー・オーシャン戦略 競争のない世界を創造する』（ランダムハウス講談社）
■松井 憲一『技術系ベンチャーのイノベーション評価法』（ダイヤモンド社）

そのほか、短期間で大学院レベルの標準的知識を身につけるための参考書となる本を毎回ご紹介する。基本的に参考書としてご紹介した書籍は、すべて読んでいただくことを前提とする。

109　基礎科目

デジタルグラフィックス表現演習Ⅰ（WEB）

●単位：2単位
●履修区分：選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：年４回実施予定　曜日時期によって異なる。
●定員：若干名

担当教員
百谷 正則

授業概要
本講座は、コミュニケーションの場として機能するWEBサイトのデザインを行う上で、必要となるデジタルグラフィックス表現について、主にWEBデザインの各要素を通じて、グラフィックデザインの基礎と制作技術を習得するための演習科目である。受講生は、実際にパーソナルコンピュータを用いて、教官の説明を元に、WEBデザインを制作し、最新の表現手法について学んでいく。
WEBサイトにおけるデザインは、グラフィックデザインでのセオリーを基本としながら発展してきた。本実習では、まず2Dグラフィックス、レイアウトデザイン、さらにHTMLを用いたWEBページ制作を習得する中で、実践的にグラフィックデザイン力を付けていく。
また近年、ブロードバンド環境になったことから、リッチコンテンツと呼ばれる動画での表現が、普及期に入っている。本演習ではとくに動画コンテンツ制作に標準的に使われるFlashの機能やXMLについても適宜解説していく。これらのことにより、デジタルグラフィックスという観点から、現在のWEBサイト構築に必要な要素を習得し、調和のとれた画面構成を行える能力を養うものである。

到達目標
WEBサイト製作における仕様策定や基本的な制作手順を理解し、クリエイターと同じ目線でコミュニケーションをとれるようになることを目標とする。

主な内容

	授業内容		授業内容
1	Illustrator & Photoshop Basi　様々なツールを使用した画像作成	23	Flash&ActionScript　アニメーション　アニメーション作成①
2	Illustrator & Photoshop Basi　様々なツールを使用した画像作成	24	Flash&ActionScript　アニメーション　アニメーション作成②
3	Illustrator & Photoshop Basi　画像加工、合成を学ぶ①	25	Flash&ActionScript基礎　ActionScriptの基礎を理解する①
4	Illustrator & Photoshop Basi　画像加工、合成を学ぶ②	26	Flash&ActionScript基礎　ActionScriptの基礎を理解する②
5	Illustrator & Photoshop Basi　画像加工、合成を学ぶ③	27	Flash&ActionScript基礎　ActionScriptの基礎を理解する③
6	Illustrator & Photoshop Basi　ポストカードの作成①	28	Flash&ActionScriptインターフェイス　インターフェイス作成①
7	Illustrator & Photoshop Basi　ポストカードの作成②	29	Flash&ActionScriptインターフェイス　インターフェイス作成②
8	Illustrator & Photoshop Basi　ポストカードの作成③	30	Flash&ActionScriptインターフェイス　インターフェイス作成③
9	HTML　HTML言語の基礎を学ぶ～①	31	Flash&ActionScriptサウンド　サウンドの組み込みと制御
10	HTML　HTML言語の基礎を学ぶ～②	32	更新実践　更新のしやすいページの作成①
11	HTML　HTML言語の基礎を学ぶ～③	33	更新実践　更新のしやすいページの作成②
12	HTML　HTML言語の基礎を学ぶ～④	34	更新実践　更新のしやすいページの作成③
13	Fireworks Basic　画像データの書き出し①	35	JavaScript　JavaScript基本書式、記述方法①
14	Fireworks Basic　画像データの書き出し②	36	JavaScript　JavaScript基本書式、記述方法②
15	Dreamweaver Basic　テーブル、フォームの設定について①	37	JavaScript　ページに動的な効果を取り入れる①
16	Dreamweaver Basic　テーブル、フォームの設定について②	38	JavaScript　ページに動的な効果を取り入れる②
17	Dreamweaver Basic　画像を組み込んだページレイアウト①	39	CSS　スタイルシート基本書式、記述方法①
18	Dreamweaver Basic　画像を組み込んだページレイアウト②	40	CSS　スタイルシート基本書式、記述方法②
19	Dreamweaver Basic　画像を組み込んだページレイアウト③	41	CSS　CSSを活用したページ作成①
20	Dreamweaver Basic　画像を組み込んだページレイアウト④	42	CSS　CSSを活用したページ作成②
21	Dreamweaver Basic　Webサイトの管理方法①	43	CSS　CSS応用①
22	Dreamweaver Basic　Webサイトの管理方法②	44	CSS　CSS応用②

履修条件
継続的に参加できる方　PCの基本操作ができる方

評価方法
授業内課題+最終課題→70点、参加態度→30点、出席率50%以下は評価外

教材・教科書・参考資料等
オリジナル教材、アプリケーションチュートリアルテキスト他

デジタルグラフィックス表現演習 II（Maya）

●単位：2単位
●履修区分：選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：年４回実施予定　曜日時期によって異なる。
●定員：若干名

担当教員
小倉由也

授業概要
デジタルグラフィックス表現演習2においては、３ＤＣＧソフト、Mayaを使っての３ＤＣＧの基礎演習を行う。第1トライメスターにおいては、３ＤＣＧの製作パイプラインを学び、その作業個々の特徴（モデリング、アニメーション、レンダリング）を演習を踏まえながら理解し、身に付けていくものとする。又、第2トライメスターでは、応用課題として、３ＤＣＧ映像製作の完成を目的とする。その制作の際、基礎技術の復習及び製作過程を通じ、ディレクターとして、ＣＧオペレーターに対し、どのような範囲でのディレクションを行えば効率的な製作が可能なのかを理解していく。また、この制作経験により、ディレクター、プロデューサーとして、何が必要であるかを論じ合うものとする

到達目標
Mayaを使用して3DCGアニメーション制作し、完成させる。その際、授業内でのグループ編成を行い、それぞれの役割を明確にして制作をすることで、その重要性を認識する。そのため、制作過程が重要であることから、作成した映像（3DCGアニメーション）のクオリティーは問わない。

主な内容

	授業タイトル	授業内容
1	2D Graphics Basic	Illustrator & Photoshop Basi 様々なツールを使用した画像作成
2	Maya基礎	Mayaの基礎オペレーションの修得。ツール、アイコンの説明と操作方法。
3	3DCG基礎	ポリゴンモデリングの修得。プリミティブの作成方法やモデルデータの編集方法を学ぶ。
4		移動・回転・スケーリング・パスアニメーション等、基礎的なCGアニメーションの修得。
5		基礎的な質感設定の修得。マテリアル設定方法やテクスチャマッピングの貼り方を学ぶ。
6		ライティング基礎、カメラ基礎、レンダリングの修得。
7		モデリング・質感設定・アニメーションの実践。モディファイヤを用いた発展的なモデリングとアニメーション、実践的な質感設定を学ぶ。
9	3DCG応用	パッチ・NURBSなど様々なモデリング手法の修得。
10		スペースワープ・ダイナミクス・ボーンによる生物シミュレーションなど高度なアニメーション機能を修得する。
12		パーティクルシステムの修得。
13		CGによる特殊効果。グロー・フォグ・モーションブラーなどCGによる映像エフェクトを修得する。
14	キャラクターアニメーション	ジョイント、スケルトン作成とリグ
15		スキンを用いて骨で皮膚を動かす
16		IK・FKのシステムを理解する。キャラクターセットの概略を学ぶ。
17		ロケータやリアクティブアニメ・各種コンストレイントを用いた高度なアニメーション制御手法を修得する。
18	3DCG応用	Adobe Premiereを用いた映像編集の修得。
19		Adobe AfterEffectsを用いた映像エフェクトの修得。
20		音編集ソフトウェアを用いたMA制作実習。
21		Adobe AfterEffectsを用いて実写とCGの合成手法を学ぶ。マスク・カラーコレクション・クロマキー合成・カメラトラッキングなど。

履修条件
3D技術を学び取る努力を怠らないもの。。

評価方法
最終課題（未提出は評価せず）→70点、出席率30点（例：100%出席＝30点）、出席率50%以下は評価せず

教材・教科書・参考資料等
Mayaで創める3DCG製作の基本『AUTODESK MAYA オフィシャルトレーニングブック』
ワークスコーポレーション発行（事前購入の必要なし）

WEBプログラミング演習（JAVA）

●単位：2単位
●履修区分：選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：年４回実施予定　曜日時期によって異なる。
●定員：若干名

担当教員
杉本展将

授業概要
ここ数年のWEBサイトの構築動向として、HTMLのみの静的なページの割合は減少し、ユーザとのインタラクティブ性をもった動的なページが主流になってきている。この動的なページの作成にはHTMLの他にプログラミング言語が必要になるため、ＷＥＢサイトの設計・構築・運営に携わっていくものには、これまでのHTML（デザイン）の知識に加え、プログラミングの知識が求められるようになってきている。ただし、実務のおいては、WEBプロデューサーやディレクターがHTMLやプログラムを作ったりするわけではなく、構築するデザイナーやプログラマーに効率よく指示を出し、設計時に問題がないか（セキュリティetc）などの判断をすることになる。
そこで本講義では、最近特に使われているのプログラミング言語「ＰＨＰ」の習得を通して、プログラミングの基礎知識、効率の良いデザインとプログラムの切り分け方、セキュリティを考慮した設計方法、効率の良い（顧客の仕様変更に対応しやすい）設計方法などを学んでいく。院生諸君にはこの授業をとおして、実務においてデザイナーやプログラマーと円滑なコミュニケーションをとれるレベルのＷＥＢプログラミングの知識を身につけて欲しい。

到達目標
Symfonyを使用したWebアプリケーションのデザインの変更、機能の追加、スカッフォルディングの利用、データベースの設計・修正が可能となること。
PHPは部分的に理解できればよい

主な内容

	授業タイトル	授業内容
1	HTML Basic	HTML概要、テキスト、リスト、画像　HTMLタグを理解する
2	HTML Basic	リンク、テーブル、フレーム、フォーム　HTMLタグを理解する
3	コレクションクラス	プログラムの基本構造　Javaプログラムの構造と実行方法を理解する。
4		配列、制御文(繰り返し)
5		制御文(条件分岐)、例外
6		クラスライブラリ、ファイル操作
7		クラス、カプセル化、継承
8		インタフェース、ポリモーフィズム
		コレクションクラス
9	DB基礎	SQL基礎
10		JDBC
11		eclipse基本操作
12	サーブレット＆ＪＳＰ	Servlet基礎
13		JSP基礎
14		Java-DB連携
15		MVCモデル
16		セッション管理
17	Struts	Struts基礎
18		データの検証
19		タグライブラリ　①
20		タグライブラリ　②
21		DBへのアクセス　①
22		DBへのアクセス　②

履修条件
継続した内容の実習形式をとるため、できうるかぎり連続して参加できること

評価方法
出席６０％以上　中間制作課題、終了制作課題を総合的に評価する。

教材・教科書・参考資料等
必要に応じて配布

映像演出

●単位：2単位
●履修区分：選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：12/6開講 第3トライメスター　毎週木曜1限
●定員：20名

担当教員
仲 久治

授業概要
メディア表現に関するあらゆる技術がデジタル化する今日においても、映像ソフト制作に関する基本的な方法論が、根底から変化することは無い。むしろ制作のデジタル化により、予算、空間、時間などの制約条件が、緩和される傾向にあり、より妥協のない映像演出が行える状況となってきた。さらにインターネットのブロードバンド化に伴い、映像の需要は飛躍的に高まると予想されている。このような状況においては、ますます映像演出の基本を身に付けることが大事であると考える。
本講座では、映像の基本的な映像演出法について論じることとし、さらに、カメラワーク・カット割り・モンタージュなどの映像の基本文法といえるものから、各スタッフの役割と演出の関係などの現場でのノウハウについても解説する。また、撮影と編集については、撮影カメラや編集装置を用いながら、その演出効果について、具体的に解説を行っていく。これらのことにより、現場の第一線での映像演出について論じるものである。

到達目標
1、映像制作の制作プロセスを完全に把握し、理解すること。
2、映像だけに留まらず、しっかりテーマを掲げ、そのテーマを的確に、 より効果的に表現するための演出の意義を理解すること。

主な内容

回	日程	授業タイトル	授業内容
1	12/6	演出論1	シナリオ、演出総論　テーマを決め、制作のための準備を行う。
2	12/13	演出論2	実際映像を見ながら演出意図、演出方法を解説を行う。
3	12/20	制作概論1	映像制作に関わるスタッフについて解説を行う。
4	1/10	制作概論2	カメラワーク・レンズ効果・照明効果　プロの技師によるデモンストレーション実演を行う。 ※日程は前後する場合がある。
5	1/17	制作1	映像制作のためのシナリオ作成を行う。
6	1/24	制作2	制作準備・絵コンテ・香盤表の作成を行う。
7	1/31	制作3　撮影	絵コンテに基づき撮影、映像化を行う。
8	2/7	制作4　撮影	絵コンテに基づき撮影、映像化を行う。
9	2/14	制作5　撮影	絵コンテに基づき撮影、映像化を行う。
10	2/21	制作6　編集	絵コンテに基づき編集を行う。
11	2/28	制作7　編集・録音	一本の作品として最終仕上げを行う。　編集・音声（音楽・ナレーション・SEなど）を整える。
12	3/6	試写・合評	作品を発表する。それぞれの編集上がりを合評

＊1　撮影から編集にかけては進行状況により変更があります。
＊2　編集ではマシン教室を使う可能性があります

履修条件
Final Cut ProやPremire等の画像編集アプリケーションの基本的な使用方法を習得しているもの。もしくは、授業後半までにそのレベルのスキルを身につけると確約できるもの（授業時間外でレクチャーを行う予定）。
第1トライメスターにおいて「映像監督ストーリー演習」を履修していること。

評価方法
授業内課題、12回目の合評の結果で判断する。。ただし授業参加態度も考慮。出席率は50%必須。

教材・教科書・参考資料等
教材・教科書：適宜配布

実践基礎科目

ビジネスモデル演習

●単位：1単位
●履修区分：選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：8/4開講　第2トライメスター　毎週土曜日　18：30～
●定員：10名

担当教員
咲本 勝巳

授業概要
インターネットビジネスの中でも代表的なビジネスモデル、ネットメディア、Eコマース及び広告代理事業などのモデルケースを研究し、改善案等を提示できる戦略志向及び問題解決能力を向上させることが本授業の目的とする。具体的には、経営戦略分析の基礎を学んだ後、インターネットに従事する企業のケーススタディを2回解いてもらう。授業内外におけるグループワークにより、学生の相互知識交流をうながすとともに、事業を経営することそのものも実感してもらいたい。以下の履修条件に留意すること。

到達目標
インターネットのビジネスモデルを分析し、改善案を提示でき、かつ書類にまでおとせる技術を養うことを目標とする

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	8/4	ビジネスモデル分析手法等	ビジネスモデルとは、経営環境分析手法、戦略の考え方、マーケティング手法など
2	8/18	インターネットメディアのビジネスモデル研究1	テーマに沿ってグループワークによる研究を行う
3	8/25	インターネットメディアのビジネスモデル研究2	テーマに沿ってグループワークによる研究を行う
4	9/1	インターネットメディアのビジネスモデル研究3	テーマに沿ってグループワークによる研究を行う
5	9/8	インターネットメディアのビジネスモデル研究4	テーマに沿ってグループワークによる研究を行う
6	9/15	ビジネスプラン発表及び筆記試験	ビジネスプラン発表：実際にネットビジネスを学生に考えさせる

履修条件
事業計画手法の単位を取得していること

評価方法
①筆記試験1回）もしくはケーススタディ1回の発表内容、②出席率は65%以上（高出席ほど配点は高い）、③左記①と②の重みは1：1

教材・教科書・参考資料等
教材・教科書［要・事前購入］：ヘンリー・ミンツバーグ（著）『戦略サファリ　戦略マネジメント・ガイドブック』（東洋経済新報社）
W・チャン・キム（著）『ブルー・オーシャン戦略 競争のない世界を創造する』（ランダムハウス講談社）
参考資料：ドン・タプスコットほか『bウェブ革命』（インプレス：版元品切のためAmazonでの中古本で入手することがおススメ）
嶋村和恵（監修）『新しい広告』（電通）

クライアントマネジメント

●単位：2単位
●履修区分：選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：12/5開講　第3トライメスター　毎週水曜1限
●定員：20名

担当教員
小森一平　大島一豊

授業概要
価値観の多様化やIT技術の進化などの時代背景の中、アントレプレナーや中小・中堅企業が経済発展に果たす役割はますます重要になってきている。企業発展の原動力である新製品開発やニューサービスの創出などの新事業開発と顧客創造・開発から維持管理について、その基本的な考え方を学ぶことを目的とする。そのためにまず、マーケティングマネジメントについて基礎的概念を修得し、自ら意思決定者と位置づけどのような論理に従いどのような状況認識と意思決定できるかの思考トレーニングを行う。

到達目標
既成概念にとらわれないマーケティング志向力を持ち、顧客との関係性構築セオリーを理解。具体的には1．目的の明確化2．複眼で見る問題状況把握力（課題設定力）3．問題解決に向けての複数の代替え案の検討5．効果的なプレゼンテーションスキルをマスターすることを到達目標とする。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	12/5	「クライアントマネジメント」とは？	12回講義ガイダンス。この講義では、自分自身とクライアントの立場両方の視点を養い即実践に役立つ内容とする。マーケティング視点でのコンサルティング（提案）営業とは、プロデューサーの能力と仕事とは？（定義）
2	12/12	B2BとB2Cを知る	各々のクライアントマネジメント視点でビジネス特性を知る。6回目の課題レポート発表
3	12/19	関係レベルを知る	クライアントとの基本の関係レベルを知る。各自選定企業発表
4	1/9	提供価値を理解する	ビジネスモデル事例研究①
5	1/16	提供価値を理解する	ビジネスモデル事例研究②
6	1/23	勝ち組企業のクライアントマネジメント	各人研究レポート発表と合評
7	1/30	顧客との関係作りとは？	関係作りのポイント（関係性の構造＝ジョハリの窓や基本ステップ）
8	2/6	顧客化基本プロセス	①ターゲット顧客の重点化②顧客現場観察と問題収集③顧客プロセス分析と改善発想④顧客からのニーズの引き出し（課題設定）
9	2/16	事業化仮説と市場動向掌握	商品は、何？特徴は？顧客適合性は？競合比較や価値の設定
10	2/20	営業管理の基本（マネジメント）	数値管理とプロセス管理（目標に対し期間別に数値の進捗管理と提案後のフォローや受注後のワークプロセス管理法など）
11	2/27	各人の事業プラン発表と評価（CRM視点）	一人ひとりパワーポイントで事業（営業）企画立案内容のプレゼンテーションをして、全員で評価、議論（1回あたり3名～4名発表、1人20分程度とし、講義後半はディスカッション）
12	3/5	総括	総括講義として、特に学生のプレゼンテーション内容をベースに総括コメントと講義全体のまとめ(一部発表の場合あり)

履修条件
事業プランが漠然としてでもある方が好ましい。討論、授業に対する質問、プレゼンテーションに対する意見表明等、授業に対する主体的参加、建設的発言を求める。欠席の場合は、授業開始前に連絡すること。

評価方法
事業プラン50点、（主な評価軸①クライアント志向＆発想②クライアントマネジメント視点（継続性を高める具体策）③説得性（プレゼンテーション力含）授業への参加態度・発言20点、出席率30点　（出席率50%以下は評価せず）

教材・教科書・参考資料等
毎回レジメを用意し、その都度、参考図書を紹介する。

インターネットマーケティングＢ

●単位：2位
●履修区分：選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：開講　第3トライメスター　毎週火曜日１限
●定員：２０名

担当教員
塩見政春

授業概要
インターネット白書によると２００５年のインターネット利用者は７０００万人を越えると言われている。今後インターネットという存在は、企業の商品開発活動や販売活動自体に大きな影響を与えると思われる。故に個人等が、モノを創造する、もしくは商品や価値を交換するマーケティングプロセスの中で、インターネットは1つの構成要素になったと言えるであろう。
本授業は、従来のマーケティング論、インターネットマーケティング論及びその融合領域を事例中心に学ぶことを目的とする。具体的には、インターネットマーケティング、従来型マーケティング論との関係性、ＷＥＢ開発とデータ解析手法、オンライン広告、ＥＣＲＭ及びコミュニティマーケティングなどである。

到達目標
インターネットマーケティングの全容を知り、企業のマーケティング担当者に対しコンサルテーション・アドバイスができる知識習得を目標とする。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	12/4	インターネットマーケティングの定義と動向	マーケティング定義、インターネットが果たす役割 インターネットビジネスの変化と未来予想
2	12/18	インターネットマーケティングの実践と効果測定	インターネット広告の類型、バナー広告、メール広告、携帯広告、ＳＥＭの定義、リスティング広告、ＳＥＯ及びネットリサーチのメリット・デメリット、ログ解析などから解るリサーチ活用など
3	12/25	代表的なマーケティングサイトと活用方法	インターネット上の主要サイトの説明と活用手段 Blog活用実践　その1
4	1/8	WEB2.0的インターネットマーケティング	ロングテール、AISAS、CGM的な口コミマーケティングを掘り下げる。 Blog活用実践　その2
5	1/22	インターネットマーケティングの活用 - EC基礎編　－	ECサイトの立ち上げのシミレーションとネットマーケティングの活用ポイントの基礎知識
6	1/29	インターネットマーケティングの活用 - EC活用編　－	ECサイトの立ち上げのシミレーションとネットマーケティングの活用ポイント
7	2/12	インターネットマーケティングの活用 - 映像＆コンテンツ　基礎編　－	クロスメディアの映像コンテンツ活用のポイントの基礎知識
8	2/19	インターネットマーケティングの活用 - 映像＆コンテンツ　活用編　－	クロスメディアの映像コンテンツ活用のポイントと立ち上げ方の活用方法

履修条件
特に無し

評価方法
①筆記試験1回）もしくはケーススタディ1回の発表内容、②出席率は５０％以上（高出席ほど配点は高い）、③左記①と②の重みは1：1

教材・教科書・参考資料等
必要に応じて配布

デジタル映像表現手法

●単位：２単位
●履修区分：必修選択
●履修年次：１・２年次
●時間割：８／７開講　第２トライメスター　毎週火曜１限
●定員：２０名

担当教員
栩木雅典

授業概要
これからの映像業界でデジタルコンテンツが非常に重要な意味合いを占めるようになって来ている。TV放送も地上波デジタルとなり9年後にはアナログ放送が廃止されそして新たに双方向放送システムなど様々な仕組みが開発されてきている。勿論高画質化高品位な物へと大きな変革がおきようとしている。現状ではこの新しい技術などを使った番組などは殆ど見かける事がない。　本講座では映像表現の変遷と仕組み等を理解し今後、必要とされる理論や手法を学ぶ。３DCG・DTV（合成・編集・オーサリング）・アニメーション表現・演出などについて研究する。そしてオリジナルデジタル番組（映像）の企画・演出・制作を行う。

到達目標
課題としてはオリジナルデジタル映像の企画（演出・制作）を行う。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	8/7	オリエンテーション	全12回の授業内容紹介
2	8/21	デジタル映像の変遷と現状	ＣＧを使用した映像（フル３ＤＣＧ、特殊効果）の制作パイプラインを理解するための基礎用語及び、基礎技術の理解及び習得を目的とする。また、ＣＧ映像の第１工程であるモデリングに関しての基礎用語及び、基礎技術の理解。
3	8/28	デジタル映像の仕組み	多様化するデジタル映像の変遷と現状を紹介。過去のに作られたフォーマットや、その種類でどのように進化してきたか？OSとの関係やそのプラットフォームなどを考察する。
4	9/4	デジタル映像の未来	今後、デジタル映像はどう言った方向に進化していくのか？また現在開発中のフォーマットや進化中のフォーマットなどについて今後の可能性について探る。
5	9/11	映像制作手法（実写・撮影）	HD-DVカメラを用いて撮影を行いデジタルHD画質の撮影を習得する。簡単なライティング、合成用ブルーバック撮影などを実習する。
6	9/18	映像制作手法（デジタル編集）	5回目の授業で撮影した素材を用いて編集・合成などを実習する。プレミア・アフターエフェクトなど編集合成を実際に行う。
7	9/25	デジタル映像制作（３ＤＣＧ）	デジタル映像での３DCGの位置付けなど３DCGのデジタル映像での利用方法やその手法を学習する。
8	10/2	デジタル映像制作（VFX合成）	実写映像作品における重要なファクターである特殊効果に関しての基礎技術を理解し習得する。また、最新の事例から、応用技術を理解し、その効果や効率性に関して論ずる。
9	10/9	デジタル映像制作2（オーサリング（ＤＶＤ））	デジタル映像のプラットフォームの一つであるDVDのオーサリングを行い、またブルーレイディスク・HDDVDなどの最新の媒体について学ぶ
10	10/16	デジタル映像制作３（ＷＥＢ・PIP）	WEBでのデジタル映像の応用方法、またより高度なパーソン・イン・プレゼンテーションなどのインタラクティブなデジタル映像の応用などを考える。
11	10/23	デジタル映像制作4（Flash）	Flashによるデジタル動画制作を実習し、またP-in-P用の実写動画の処理や実際の作品例で考察する。
12	10/30	レポート・プレゼンテーション	最終課題プレゼンテーション

履修条件
実写映像やCG映像に興味があり、DVDやWebなどで動画映像を利用したい方であれば可

評価方法
授業内課題+最終課題→70点、参加態度30点、出席率50%以下は評価外

教材・教科書・参考資料等
教材・教科書：必要に応じて配布
・CG＆映像しくみ事典　CGWORLD＋スマートイメージ編著　￥3,150　株式会社 ワークスコーポレーション
・デジタル映像制作ガイドブック　デジタル映像制作ガイドブックプロジェクト (著)￥4,800　株式会社ワークスコーポレーション
・FlashVideo教科書　TomGreen/JordanChilcott(著)¥6,000　株式会社ボーンデジタル

映像監督のストーリー演習

●単位：２単位
●履修区分：必修選択
●履修年次：１・２年次
●時間割：４/１８開講　第1トライメスター　１９：３０～　（開始時間に注意のこと）
●定員：１５名（コンテンツディレクタープログラム優先）

担当教員
小倉由也

授業概要
映画やテレビドラマを制作するものにとって、もっとも大切なことは、シナリオへの理解と知識を深くもつことといえる。本講座においては、ハリウッド映画のヒット作品を解析し、ストーリーの必須的な構成要素を学習していく形式をとる。
まず、ストーリーの構造分析、テーマ設定、プロットライン分析、キャラクター論、ダイアローグ論を、ヒット作品を通じて学び、その後、プロット作成、ストーリーボード作成を経て、シナリオ作成演習を行う。このことによって「シナリオの評価」と「問題点の指摘」が的確に出来るメソッドを学んでいくこととなる。自らシナリオを作ってみることにより、脚本家が陥る苦境を体感することは、監督、プロデューサーにとって、たいへん重要なことである。またシナリオについて問題が起きたときの監督、プロデューサーとしての救済、解決のメソッドについても実践的に解説を行う。

到達目標
映像制作の流れを理解している　映像のテーマについて理解している　脚本について理解している　コンテについて理解している
映像企画、脚本、絵コンテを制作できるようになる

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	4/18	創造、発想について	アイデアの出し方。一人で物語を語ってみる。発想法。
2	4/25	テーマとシンボリズム	主題とは何か。シンボリズムの意味するところ。映画のテーマを見出す。
3	5/9	ストラクチャ	三幕について。マクロの映画分析。ショートストーリーを見て分析。
4	5/16	ストラクチャ セットアップとアクト1	映画のオープニングと一幕目の分析
5	5/23	ストラクチャ　アクト2	プロットポイントもしくはターニングポイント　スートーリーの勢いをどう持続させるか
6	5/30	ストラクチャ　アクト3	映画の終幕の分析
7	6/6	映画分析	映画トイストーリーの分析
8	6/13	キャラクター分析	貫通行動を見つける。セントラルクエスチョン。モチベーション。ゴール。行動。葛藤。
9	6/20	映画分析2	映画刑事ジョンブック分析、もしくはバックトウザフュチャー
10	6/27	シナリオ作成術、ダイアログ、ト書き	簡単なシナリオを書いてみる。シナリオフォーマット。
11	7/4	映画分析3	フォレストガンプの分析
12	7/11	編集	脚本からストーリーボード。撮影、を経て編集

履修条件
特になし

評価方法
授業内課題+最終課題→60点、参加態度40点、出席率40%以下は評価外

教材・教科書・参考資料等
教材・教科書：「ジョーズ」等の翻訳シナリオ。ハリウッドストーリーアナリシス
参考資料　：クリストファー・ボクラー著「ライターズジャーニー」（愛育社）　河合隼雄著　「昔話の深層」（講談社）
他、適宜紹介

ITソリューション導入手法

●単位：2単位
●履修区分：必修選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：8/1開講　第2トライメスター　毎週水曜1限
●定員：10名

担当教員
山中新一

授業概要
今や企業でIT（情報技術）を使わない会社はないと言っても良いくらいITは浸透してきている。そうした中メールやオフィスソフトから始まり、Webを使ったソリューション、ブログやECショップ、CRM、アフィリエイト、web2.0サービスなどを効果的に使い、企業価値を上げている企業が増えてきている。
本講座ではさまざまなITソリューションの事例を学び、これらのサービスはどういったもので、経営に活かすにはどういうことが必要で、実際の運用ではどう活かされているのかを理解し、提案力、運用力を養うことを目的としている。
本講座においては、適時ケーススタディを行い、実際に受講生自らが考え、提案を行っていく。

到達目標
企業のIT立案者としてITを活かしたビジネスの立案、運営手法を身につける。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	8/1	ITソリューション概論	ITソリューションの言葉の定義、全体的な概論、ビジネスにおける役割、事例をあげて、説明し、後半はグループワーク形式で、テーマに対するITソリューションについて考えてもらい、思考力、ビジネス感覚を養う。
2	8/8	webソリューション	企業のwebサイトの役割、目標設定、費用対効果について説明し、効果的な導入にはどういった点に着目し、進めていくかべきか事 例をあげて、説明する。 後半はグループワーク形式で、課題に対するwebソリューションについて考えてもらい、仮説力、計数感覚を養う。
3	8/22	グループウェア	グループウェア、主にスケジュール管理について、活用方法、メリットについて、研究する。スケジュールを通して、予定管理、タイム マネジメント力、時間感覚を養う。
4	8/29	ブログ	集客のために使われているソリューションの種類や効果について検証する。集客キャンペーン等に行われているWeb上でのイベント等の評価やそれにより集まった顧客情報の管理、再活用についてのノウハウを学ぶ。
5	9/5	コミュニティ	コミュニティサイトの種類、運営手法を事例を交えながら、説明し、ケーススタディをもとに運営力、調整力を養う。
6	9/12	ECショップ	ECショップを運営するにあたり、しっておくべきことと、現在の状況、運営のポイントを解説し、実際の事例を踏まえながら、今後の可 能性について考えてもらう。
7	9/19	集客手法	webでのプロモーション手法はアフィリエイト、SEO、SEM、メールソリューション、イベント企画などの種類、導入のポイントで気をつけておきたい点を学び、後半はケーススタディを行ってもらう。
8	9/26	顧客対応	CRMに代表される顧客サポートサービス。実際の運用時に発生する注文対応、トラブル時対応を学び、顧客サポートサービスの評 価と検証をする。
9	10/3	社内のITソリューション	社内のデータ管理、社内、社外とのネットワークによる業務の効率化、セキュリティのポイント、最低限押さえておく法令ポイントについて学ぶ。
10	10/10	web2.0	マッシュアップサービスがビジネスにいかされた事例を紹介、今後のビジネスの可能性について検証していく。
11	10/17	アメリカのIT事情比較論	最新のアメリカのIT事情を考察し、日本のIT事情との違いを説明する。
12	10/24	ITの将来性について	セカンドライフ、モバゲータウンなどITの将来動向について。

履修条件
コミュニケーション能力、ビジネスの基本がわかっていること。

評価方法
授業内課題+最終課題→70点、参加態度→30点、出席率50%以下は評価外（出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）

教材・教科書・参考資料等
参考文献：ビジネスを育てる　ポール・ホーケン　訳　阪本啓一　バジリコ社
その他資料、参考文献は適時紹介する。

145　実践基礎科目

WEBコンテンツマネジメント演習

●単位：2単位
●履修区分：選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：第2トライメスター　毎週日曜
●定員：10名

担当教員
百谷正則

授業概要
WEBコンテンツの発展においては、グラフィックデザインを基礎とするビジュアル表現の応用として、コンテンツの表現が発達してきた側面がある。しかし、WEBコンテンツが、あらゆる事柄を網羅するように様々に発展する中で、これまで、書籍や雑誌の中で広く発展してきた編集とアートディレクション手法を、WEBコンテンツ制作に応用することが、コンテンツをより理解しやすく、見やすくすることとして理解されるようになってきた。
本講座においては、コンテンツを編集という側面で捉え、読者を惹きつける構成、ビジュアル、アートディレクション、文章などの要素を創りだすために必要な考え方、また取材・撮影に伴う問題について詳細に解説する。とくに本講義では、ジャーナリズム的視点を持つエディトリアルと、広報宣伝的要素を含むアドバトリアルをはっきりと区別して編集を行える視点を養うこととしている。最終的に課題制作を通じて「WEBコンテンツに必要な編集・制作ディレクションのノウハウ」を学ぶ 。

到達目標

主な内容

回数	日程	授業タイトル	授業内容
1		オリエンテーション　導入	オリエンテーション、授業の目的について解説する。
2		WEBサイト制作1	企画書、サイトマップ、見積もりの書き方。プレゼンテーションの手法について解説する。
3		WEBサイト制作1	通販を重視したWEBサイトの企画。クライアントの要望。サイトデザイン手法の解説。
4		WEBサイト制作2	ユーザーを意識した「見せる」ためのレイアウト、演出手法の解説。静止画像とアニメーションの使い分け。
5		WEBサイト制作2	Flashを使ったナビゲーション手法について解説する。
6		WEBサイト制作3	様々なWEBサイトがある中、それぞれに必要なコンテンツ。成功するためのポイントは何か、考察する。
7		WEBサイト制作3	”おしゃれな”なサイトデザイン。サイトに必要なイメージ制作手法について解説する。
8		WEBサイト制作4	オンライン・スクールでどの程度のことが可能かを考える。
9		WEBサイト制作4	店舗をベースとするチェーン店のサイトを企画する。
10		WEBサイトデザイン総評1	WEBサイトにおけるターゲット設定とビジュアルデザインのコンセプトを一致させる。
11		WEBサイトデザイン総評2	商品を美しく、分かりやすく見せるための手法を解説する。
12		レビュー	プレゼンテーションと合評

履修条件
特になし

評価方法
授業内課題+最終課題→80点、参加態度20点、出席率30%以下は評価外

教材・教科書・参考資料等
必要に応じて配布

コンテンツ・メディア・プロダクション

●単位：２単位
●履修区分：必修選択
●履修年次：１・２年次
●時間割：８/１０　第２トライメスター　毎週金曜１限
●定員：４５名

担当教員
櫻井孝昌

授業概要
出版、映画、放送、制作プロダクション、ＷＥＢ、モバイル等、既存のコンテンツ産業において、コンテンツ制作は独自に発展してきたといえる。コンテンツ制作は、制作技術だけでなく、それぞれのメディアやコンテンツの普及時期と対応する社会文化や産業構造、また主に制作に関わる人材が持つ教育訓練背景などにも大きく影響を受けている。本講座においては、1名の専任教員のナビゲーションに基づき、各コンテンツ制作現場で、実際に多くの仕事を行ってきた経験豊かなプロデューサー、ディレクターをゲスト講師として招き、それぞれのコンテンツ・メディア制作現場のプロダクション構造を理解することを、第一の目的とする。その上で、異なるコンテンツ及びメディアの制作においては、どのようにプロデューサー、ディレクターの役割が異なるかを把握し、その利点と問題点等を論じることを第二の目的とする。以上のようなケーススタディを行った上で、すべてのコンテンツ制作のあらゆる行程においてデジタル化が進む時代に適応するコンテンツ・メディアのプロダクション構造を、院生と共に論じ、創意提言することとする（ゲスト講師に関しては業界の第一人者を招聘するため、ゲストブッキングの関係上、下記の内容、順序等は流動的になることをあらかじめ留意されたい）。

到達目標
コンテンツ・メディア業界それぞれの仕組みと考え方を理解し、自己の研究テーマに応用できるレベルにまで理解する。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	8/10	総論　その重要性と意味	コンテンツメディア・プロダクションという学問の意味と、その重要性について、具体的な実例を混ぜながら論じていく。
2	8/24	単行本	書籍編集の制作行程や人的構造等を論じていく。
3	8/31	「ジャンルをクロスしたコンテンツ」を作る人材とは	すべてのコンテンツ制作のあらゆる行程においてデジタル化が進む時代に適応するコンテンツメディアのプロダクション構造とはどのようなものになるか、実例をもとに論じていく。
4	9/7	雑誌編集	雑誌編集の制作行程や人的構造等を、ゲスト講師の実例や経験を交えながら論じていく。
5	9/14	音楽業界	音楽制作の行程や人的構造等を、ゲスト講師の実例や経験を交えながら論じていく。
6	9/21	映画制作業界	映画制作の行程や人的構造等を、ゲスト講師の実例や経験を交えながら論じていく。
7	9/28	アニメ制作業界	アニメ制作の行程や人的構造等を、ゲスト講師の実例や経験を交えながら論じていく。
8	10/5	広告業界	CM制作の行程や人的構造等を、ゲスト講師の実例や経験を交えながら論じていく。
9	10/12	映画買い付け	映画買い付けの行程や人的構造等を、ゲスト講師の実例や経験を交えながら論じていく。
10	10/19	アーティスマネジメント	アーティストマネジメントの仕組みや人的構造等を、ゲスト講師の実例や経験を交えながら論じていく。
11	10/26	人脈作り１	どんなにデジタル化が進んでも、それを担うのは人であり、ジャンルを超えたコンテンツを産み出していくのは人と人のつながりである。では、生産的な人間関係はどのようにして生まれていくのか、実例をもとに論じていく。
12	11/2	人脈作り２	どんなにデジタル化が進んでも、それを担うのは人であり、ジャンルを超えたコンテンツを産み出していくのは人と人のつながりである。では、生産的な人間関係はどのようにして生まれていくのか、実例をもとに論じていく。

＊上記は昨年例。ゲスト講師の都合により若干変動する可能性がある

履修条件
コンテンツ業界に強い興味を持っているもの

評価方法
授業内課題+最終課題→８０点、参加態度２０点、出席率３０％以下は評価外

教材・教科書・参考資料等
必要に応じて配布　適宜紹介

ＷＥＢプロデュースⅠ（制作）

●単位：2単位
●履修区分：必修選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：4/16開講　第1トライメスター　毎週月曜1限
●定員：20名

担当教員
渡辺康一

授業概要
WEBプロデューサーの仕事は、主に企画力、折衝力を駆使して、ビジネスとしての制作プロジェクトを立ち上げ、制作を遂行し、完了させることにある。営業的・技術的な知識はもちろん、価値のある「商品」としてWEBサイトをつくることが要求されるため、サイトの「価値」をつくりだす企画力と、実際に制作されたものがそれだけの価値があるかどうかを判断する能力が不可欠になる。ここでは、そのために必要な制作されたウェブサイトの価値を判断する「目」、スタッフやスキルを適正に判断する「目」を養い、それについて「語る」スキルを養うことを目的とする。

到達目標
・WEB構築の流れと、その中におけるプロデューサーの役割、業務内容を理解する。
・ウェブサイトの価値をビジネス視点で判断する能力を身に付ける。
・制作業務の概要を理解し、スタッフやスキルを適正に判断する能力を身に付ける。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	4/16	WEBサイトモデルの変遷とWEB業界研究	WEBサイトモデルを振り返り、現在のWEBサイトの位置づけを考える。またWEB業界がどのような業界なのか、企業の分類から考える。
2	4/23	WEB制作における職掌	WEB制作において、どのような仕事があるのかを知る。特にプロデューサー、ディレクター、デザイナー、システムマネージャー、エディターがどのような仕事なのかを考える。
3	5/7	WEBプロデュース・ケーススタデディ	WEBプロデュースはどのように行うのか、実際のサイトプロデュースの実例から考える。
4	5/14	プロデュースに必要なシステム知識	最近のWEBサイトには必ずシステム的要素が入っている。プロデューサーに必要なシステム知識を考える。
5	5/21	WEBディレクション・ケーススタディ	WEBディレクションはどのように行うのか、実際のサイトディレクションの実例から考える。
6	5/28	情報発信サイトのプロデュース	ブログやCMSの登場で大きく変化している情報発信型のサイトの現状と、今後の方向性について考える。
7	6/11	ECサイトのプロデュース	楽天やヤフーといったショッピングモールから、個別の商店サイトまで現状を分析し、今後の方向性を考える。
8	6/18	CMSの活用	すべてのWEBサイトにおいて必要不可欠になりつつあるCMSの現状を分析し、ブログやRSSの活用まで考える。
9	6/25	企画書作成法	WEBプロデュースの基本である企画書がどのようなものなのか、実例から考える。
10	6/28	仕様書作成法	WEBディレクションで必要な仕様書がどのようなものなのか、実例から考える。
11	7/2	WEBの効果測定	WEB制作は、制作して終わりではなく、常に効果測定を行いリニューアルを続けていく必要がある。その方法の実例とリニューアルへの持って行き方を考える。
12	7/9	WEB制作におけるセキュリティー	個人情報保護法などによってセキュリティーが重要視されるようになってきたが、WEB制作において必要なセキュリティーの知識とトラブル対策について考える。

履修条件
個人サイトやブログなども含めてWEB制作を実際に行った経験・知識

評価方法
授業内課題+最終課題→80点、参加態度20点、出席率30%以下は評価外

教材・教科書・参考資料等
毎回資料プリントを配布し、実際にWEBサイトを閲覧しながら講義を進める。

ＷＥＢプロデュースII（システム）

●単位：2単位
●履修区分：選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：4/17開講　第1トライメスター　毎週火曜1限
●定員：6名

担当教員
福井 修

授業概要
ＷＥＢサイトを利用し、顧客サービスなどを行おうとするとき、ホームページとしての表現の背後に必ずシステムが必要となる。ネットワークを利用したシステムに関しては、とくに技術の進展も早く、専門技術者により開発が行われるものとなっている。現状においては、ＷＥＢサイトの企画立案、開発、運用を管理するプロデューサーやディレクターが、このシステムについて、十分に理解ができていないことにより、ネットコンテンツの普及を阻害している面があると言わざるをえない。そこで、本講義では、そこで、ＷＥＢプロデュース論２（システム）では、まず、いろいろな種類のプラットフォーム、ＯＳ、開発言語について、それぞれの特長を解説し、システムに関する基礎知識を得る。さらにコンテンツ開発・運用という立場から、その利点欠点を整理し、それぞれの選択、組み合わせ、パフォーマンス、見積り、リスク管理を、顧客のニーズと予算に合わせて、企画提案できるようにする。システムを特にコストという点から論じるという点で、実践的な知見が得られる。

到達目標
インターネットの基本であるところのTCP/IP上でのメッセージ
通信を理解している。
Web技術の基盤とその応用となる最新のWeb-DB連携
システムをRuby on Railsを使用して構築できるようになる。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	4/17	WEBシステム基礎	インターネットシステムにおいて、データがサーバーからユーザーに届くまでの間のプロセス概要およびそれを理解するために必要な基礎知識を学ぶ。
2	4/24	ハードウェア・パフォーマンス	ＣＰＵのスピードやメモリー、ハードディスクといった一連のハードウェアの仕様や、そのパフォーマンスの詳細。及び実際にシステムに応用した場合の実験検証を行う。
3	5/8	ＯＳ・ソフトウェア	オペレーティングシステムやソフトウェアの違いによるパフォーマンスの相違点、開発・導入する上でのコストや管理・運営コスト、その他の判断基準について。
4	5/15	開発言語	様々な開発言語の種類の相違や利点・欠点の洗い出し、言語によるパフォーマンスの違い、開発コストの違いについて、事例を交えて学んでいく。
5	5/22	ネットワーク	ネットワークの基礎からファイアーウォールや負荷分散といった設計からコスト運用に関する事柄まで評価できるようにする。
6	5/29	データベース	データベースの基本的な構造や設計、種類によるパフォーマンスや導入コストの違いを学ぶ
7	6/5	モバイル系システム	各キャリア別のモバイルにおけるシステムの違い、留意点を実例を交え、手法・開発システムを学ぶ。
8	6/12	条件定義	開発をするにあたって必要な情報を顧客から聞き出す事、又、提案することの重要性を学ぶ
9	6/19	システム設計	システム設計の全貌を把握し、顧客の必要条件に合ったシステムを予算に合わせて設計できるようにする。
10	6/26	見積り	見積りの原理、およびその基礎知識を学ぶ。人月計算のしかた、初期コストと運用コストの違いを明確にする。
11	7/3	管理・運用・リスクマネージメント	管理・運用の手法と種類、コスト面での選定の決め手となる判断基準、加えてリスクマネージメントとは何か、どのような対処が必要かを学ぶ。
12	7/10	セキュリティ	システム全体のセキュリティー管理、ネットワークにおける改ざんの危険性、データの漏えいについての防止策とそれにかけられるコストのバランスを学ぶ。ＳＳＬ、ＳＳＨ、電子証明書等のセキュリティーアイテムの説明と、どのように使い分けるかについて学ぶ。

履修条件
Webシステムをマスターしようとする熱意がある。

評価方法
授業内課題+最終課題→70点、参加態度30点、出席率30%以下は評価せず

教材・教科書・参考資料等
「Railsによるアジャイルwebアプリケーション開発」オーム社Dave Thomas and David Heinemeier Hasson 著 前田修吾監訳

その他
LAN接続可能なPCの持込を推奨。

ＷＥＢディレクション

●単位：2単位
●履修区分：選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：11/29開講　第3トライメスター　毎週木曜1限
●定員：15名

担当教員
三木直志

授業概要
個人でも、世界に向けて情報公開ができるメディアとして、ホームページが普及し、現在でも個人が様々な表現をネット上で展開している。しかし、ビジネスに関わるWEBコンテンツ制作の世界では、それぞれのスキルを持つプロフェッショナルが共同で制作を行う場となっている。ここでの監督業務を行うのが、WEBディレクターの役目である。
　WEBディレクターの業務は多岐にわたり、あらゆる面での管理・調整能力が必要といえる。本講座においては、ディレクターの仕事の詳細を、業務フローに従って、企画・戦略、スタッフィング、サイト設計、プロトデザイン、予算管理、スケジュール管理、コミュニケーション、制作、検証・納品、運用・更新管理、効果測定、プロモーションの各項目について詳細に解説する。とくに本講座では、ディレクション業務遂行に当たって、何よりもコミュニケーションが重要である視点から、それぞれについて論じていく。

到達目標
WEB制作における制作行程を理解し、ディレクションを行える知識を身につける。

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	12/6	ガイダンス	WEBディレクションとは、ディレクターについての認識を深める。
2	12/13	ヒヤリング	クライアントからのヒヤリングの手法、ポイントについて解説する。
3	12/20	プランニング	企画の立て方、企画書の制作方法、コンセプトワークについて解説する。
4	1/10	仕様書～サイトフロー～	WEBサイトの設計書としての仕様書の作成方法、ポイントについて解説する。
5	1/17	プロジェクト管理	WEBディレクターとして必要となる、スケジューリングおよびスタッフマネジメント、すなわちプロジェクトマネジメントの必要性、遂行上の問題点について解説する。
6	1/24	プロジェクト管理2	前回に引き続き、プロジェクトマネジメントについて解説する。
7	1/31	プレゼンテーション	プレゼンテーションの必要性、目的、手法について解説する。
8	2/7	プレゼンテーション2	前回の内容を踏まえ、プレゼンテーションの実践を行う。
9	2/14	ユーザビリティ	WEBサイトにおけるユーザビリティ、WEBサイトレイアウトについて解説する。
10	2/21	管理画面	システム利用者とディレクターをつなぐ役割を果たす、管理画面について解説する。
11	2/28	アートディレクション	アートディレクターの役割と業務の流れ、クライアントのイメージ具現化の具体的手法について解説する。
12	3/6	課題発表	事前に与えた課題の発表を行い、合評する。

履修条件
Webシステムをマスターしようとする熱意がある。

評価方法
授業内課題+最終課題→70点、参加態度30点、出席率50%以下は評価せず

教材・教科書・参考資料等
教材・教科書：教員作成テキストを配布
参考資料　：適宜紹介

147　実践基礎科目　システムとネットワークのセキュリティ概論

●単位：2単位
●履修区分：選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：12／3開講　第3トライメスター　毎週月曜1限
●定員：15名

担当教員
吉本博

授業概要
現代の高度にネットワーク化されたビジネス環境には、不正アクセス、改ざん、情報漏洩、ウイルス、盗聴、嫌がらせ、などというような、企業にとって重大なセキュリティリスクが数多く潜んでいる。企業の貴重な情報資産を守るためには、セキュリティを脅かす要素を詳しく理解し、それらに対する防御策を考え、システム利用者の情報セキュリティに対する意識の向上を図らなければならない。 本講義では、自分の組織のシステムが抱えるセキュリティリスクを分析し、不正行為による盗難、災害、障害などから貴重な情報資産を守るためのセキュリティポリシーを策定するために必要な、基本的な知識を学ぶ。本講義は、組織の情報を攻撃から守るセキュリティの手段を策定し、実装する責任を持つマネージャ、ネットワーク／システム管理者、技術スタッフ、サポート要員の方々のみならず、すべてのITプロフェッショナルにも有益なものである。　講義全体を通して行われるコンピュータを使った演習やワークショップにより、システムとネットワークのセキュリティ概論を分析する、実践的なスキルを身に付ける。 強力な認証の仕組みを維持し、ユーザーの身元の確かさを保証する／漏洩を防ぐ／情報のインテグリティを保つ ／ユーザーのパスワードの堅固性を評価する／ぜい弱な部分を見つけるためにシステムをプローブする ／コンピュータとハッカーの倫理性を評価する

到達目標
次のスキルを習得目標とする
1. セキュリティの脅威に対するリスクを分析し、組織のシステムとデータを保護する
2. ファイアウォール、データ暗号化と復号化、その他の対応策を実施して、攻撃に対するぜい弱性を減らす
3. 組織の内部、インターネット、外部で発生するセキュリティのリスクを管理する
4. 悪意のあるアプリケーションやウィルスからネットワークユーザーを守る
5. セキュリティポリシーで管理しなければならないセキュリティのリスクを特定する

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	12/3	インターネットとシステムのセキュリティ	セキュリティの概要 、セキュリティモデル セキュリティポリシーの考案 ・攻撃のモデル 、セキュリティへのアプローチ 、攻撃の削減・リスクの分析、リスクの無視、容認、反撃
2	12/10	認証となりすまし（1）	ユーザーネーム 、パスワード 、ハッシング・個人の認証に対する攻撃と対策 、パスワードの想像、辞書攻撃 ・パスワードのクラッキング、キャプチャリング、リプレイ、パスワードの保護
3	12/17	認証となりすまし（2）	ワンタイムパスワード、電子トークン、チャレンジレスポンスの仕組み ・ホストの認証、インターネットプロトコル、内部の認証に対する攻撃と対策 ・アドレスのスプーフィング、IPsec、Kerberos、認証における公開鍵暗号の利用
4	12/24	認証となりすまし（3）	・電子署名 、PKI、外部からの内部アドレスのスプーフィングとその防御対策 ・アクセスコントロールリスト、ファイアウォール・WWWでの認証、SSLと認証、認証と認可
5	1/7	機密保持と漏洩（1）	ファイルの共有とマルチユーザー環境、ファイルの暗号化によるデータ保護 ・暗号技術、攻撃と対策、正規に接続されたホスト、不法に接続されたホスト ・接続されていないホスト、攻撃の種類と対策、漏洩と暗号化：PGP、サービス
6	1/21	機密保持と漏洩（2）	SSL、トランスポート層のセキュリティ ・漏洩とファイアウォール ・アプリケーション層プロキシ
7	1/28	データの完全性と改ざん（1）	個人データの完全性、電子メールと完全性、MUAとMTA ・POPメールとその他のポストオフィス、Web経由のデータ入手 ・電子署名の使用、組織内のインテグリティの維持
8	2/4	データの完全性と改ざん（2）	爆弾とウィルス、可用性の維持：内部の保護、ディスククォータ・ 重複したIPアドレス、可用性に対する外部からの脅威 ・ルーティングの妨害、サービス妨害攻撃
9	2/18	可用性とサービス妨害攻撃（1）	ファイルチェックサム、システムログデーモン、変更不可ファイル ・ルーターのハッキング、ルーティングプロトコル攻撃 ・DNS攻撃
10	2/25	可用性とサービス妨害攻撃（2）	アプリケーションサービス、IPブロードキャスト ・inetd、SYN flood、分散型サービス妨害攻撃
11	3/3	ファイアウォール	ファイアウォールの種類、ファイアウォールのアーキテクチャ ・ファイアウォールの管理、IPsec ・侵入検知システム
12	3/10	セキュリティポリシーの策定	個人の責任分野、組織内部のポリシー ・外部に対するポリシー、セキュリティ事態への対応

履修条件
本講義への参加条件は、「キーボードとマウス操作ができる」と、「将来への熱き心」のみである。

評価方法
授業内課題(30点) ＋授業貢献度（70点）＝100点
＊授業貢献点・・・授業運営に積極的に参加する学生を評価します。具体的には、質問等の活発な参加を求める。好奇心旺盛で向学心に燃えた「超初心者」が有利である。

教材・教科書・参考資料等
市販の教科書は使用しません。
PPスライド（400項程度）を使用しますが、媒体（電子、紙）の配布は行いません。ノート筆記は可です。

応用・展開・先端科目

デジタルコンテンツ技術変革論

●単位：2単位
●履修区分：必修選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：11/30開講　第3トライメスター　毎週金曜1限
●定員：20名（コンテンツディレクタープログラム優先）

担当教員
斎賀和彦

授業概要
映像コンテンツの歴史は、ある意味で新技術の発展史でもある。両者は互いに刺激しあい、時には反発しながら発展してきた。今後もIT技術と共に発展していくことが予想される制作技術や制作手法を考えるとき、テクノロジーに「使われた」コンテンツではなく、テクノロジーを「使いこなした」コンテンツをつくるという視点が、より重要なものとなってくる。そこで本講座においては、映画産業における技術変革と表現の相関性を核に、過去から現在にいたるまでの過程をレビューした上で、近未来のデジタルコンテンツ制作における技術体系と人的体系、さらに表現手法について広く論じる。

到達目標
現代の映像コンテンツ制作におけるテクノロジーの現状および内容について、的確な理解を持つと同時に、その課題、諸問題についても明確な意識をもつことを目標とする。
同時に、現在進行形の技術、表現動向の中で、最適解を得るための柔軟な認識力と、ディスカッション能力も重視する。

主な内容

	日程	授業タイトル	概要
1	11/30	概論	プログラム全体の概要を提示すると共に、この講義が参加型であることの提示を行う。また、以降の講義のインデックスとなる映像史のターニングポイントにおける技術と表現の相関関係についていくつかの例示を行う
2	12/7	技術と表現ーBefore Digital 1-	デジタル以前の映像史から技術と表現の相互依存関係を考察する。映画史以前の「映像的表現」に始まり、ルミエール兄弟からメリエス、映像が「興行」だった時代の表現技術論
3	12/14	技術と表現ーBefore Digital 2-	米国のスタジオに代表される映画の「システム化」時代における表現技術論。
4	12/21	デジタルの勃興ー初期のCGー/デジタル映像ー技術先行の時代	コンピューターによるグラフィック表現の黎明期とその転用/CGという単語が、興行のキーワードとなった時代の考察
5	1/11	デジタル映像ーワークフローの中へ	デジタルが基本的な映像制作の中に組み込まれた現代の、表現技術論。
6	1/18	双方向メディアと表現1ーweb他ー	時代の寵児として繰り返し登場する双方向メディアはなぜ定着しなかったのか。唯一、新しいメディアとして定着したかに見えるインターネットを、映像の観点から見ると何が見えるのかを考察する
7	1/25	双方向メディアと表現2ーディスカッション	前回の講義をイントロダクションとするグループプレゼンとディスカッション
8	2/1	デジタルシネマ1―デジタルワークフロー	現代のデジタルワークフローの現状と特徴、問題点を考察する。
9	2/8	デジタルシネマ1―ディスカッション	前回の講義をイントロダクションとするグループプレゼンとディスカッション
10	2/15	映像以外でのデジタル映像表現のフィールド	映像をスクリーン上（あるいはCRTやプラズマ上）のものと定義する時代は終わった。他のフィールド（テーマパーク、ゲーム、ネットワーク等々）に展開される映像（的メソッド）について考察する
11	2/22	技術と表現ー近未来のデジタル映像	これからの技術と表現の相関関係を考察し、今後必要とされる技術体系、そして人的体系について考える
12	2/29	総括：技術と表現ーディスカッション	レポートダイジェストの個人プレゼンテーション

履修条件
特になし

評価方法
以下の方法で総合的に評価を行う。グループ発表（プレゼンテーション）とそれに対するディスカッション対応50ポイント。他者の発表に対するディスカッションに50ポイント。出席率は重視しないが、欠席＝ディスカッション不参加になるため、複数回の欠席はマイナス評価の対象となる。

教材・教科書・参考資料等
教材・教科書：必要に応じて、データまたは、プリントを配布。参考資料：適宜紹介

ポストプロダクション先端技術演習

●単位：２単位
●履修区分：選択
●履修年次：１・２年次
●時間割：８/２開講　第２トライメスター　毎週木曜１限
●定員：２０名（コンテンツディレクタープログラム優先）

担当教員
稲泉綾二

授業概要
映画・テレビ・コマーシャルなどの映像制作において、最終段階にあるのがポストプロダクション、通称ポスプロと呼ばれる作業である。映像のデジタル化により、ポストプロダクション工程においても、コンピュータとデジタルツールの進出は目覚ましく、そのため技術の進化が早いスピードで起っている。このような背景から、ポストプロダクションは、専門スタッフによる技能セクションとして位置づけられやすい。しかし、実際には映像コンテンツの表現品質を左右する監督やプロデューサーら制作者にとって他人任せにできない重要な工程であるといえる。本演習ではプロデューサー、ディレクターにとってポスプロ工程をブラックボックスにしないために「技術を見る目」の習得を目標として、実際にノンリニア編集、デジタル合成、ＤＶＤオーサリングなどの演習を行っていく。

到達目標
デジタル化が進む放送・映画・ＣＭ・ＶＰなどの映像系コンテンツ業界の制作現場において使われるデジタル技術を基本にした編集・合成・音響・オーサリング・プレゼンテーションの基礎的、応用的技術とフィージブルなノウハウを習得し、プロデューサ・ディレクターに不可欠な技術や視点を習得する。目標としては次のような能力を想定する。①多彩でクリエイティブな表現を競いながら変容を続けるデジタル映像の可能性を包括的に論じることができる。②加速する映像表現の未来を見据える「眼」を養い、知的・感性的な視覚体験を効果的に実践・実現できる。③デジタル映像コンテンツの多様なジャンルにおいて的確な映像音響効果を企画、選択、適用できる。

主な内容

	日程	授業タイトル	内容
1	11/30	ポストプロダクション概論	ポストプロのワークフロー、及び基本的な技術概念について講義と、講師によるデモンストレーション
2	12/7	ノンリニア編集ー1	横軸編集（エディット）について、理論と基本オペレーションの両面から演習を行う。普遍的な「編集」概念と、最新の「デジタル編集」を常に意識し、トータルな知識体系の確立を行う。
3	12/14	ノンリニア編集ー2	
4	12/21	ノンリニア編集ー3	
5	1/11	ノンリニア編集ー4	
6	1/18	デジタル合成ー1	縦軸編集（コンポジット）について、理論と基本オペレーションの両面から演習を行う。普遍的な「合成」概念と、最新の「デジタルコンポジット」を常に意識し、トータルな知識体系の確立を行う。特にコーデックや演算方式による画質の差や、作業時間等の違いなど、実際の問題点の認識に力を入れる。
7	1/25	デジタル合成ー2	
8	2/1	デジタル合成ー3	
9	2/8	DVDオーサリングー1	パッケージメディアの主流であるＤＶＤのオーサリング工程を基本に、エンコードやその他、クオリティに関する様々なファクターの理解、認識に努める
10	2/15	DVDオーサリングー2	
11	2/22	DVDオーサリングー3	
12	2/29	総括：これからのポスプロ像	演習をふまえ、次世代のポストプロのあるべき（あるいは望まれる）ワークフローと技術体系を考察する

履修条件
特に限定はしないが映像コンテンツの企画構成、シナリオ、演出、撮影技術などのプロダクションノウハウと映像機材の概念、各種映像フォーマットなどの基礎知識を習得していることが望ましい。また、ＤＴＶ（デスクトップビデオ）の全体像、必要な機材の基礎を事前に予習しておくこと。

評価方法
出席率70%以上。但し、各単元（ノンリニア編集、デジタル合成、DVDオーサリング）で2回以上の欠席は不可。試験は行わない代わりに、各単元より1つを選択し、デモ作品としての習作を制作、提出すること。その作品の評価と実習時評価で総合評価とする。

教材・教科書・参考資料等
教材・教科書：必要に応じて、データまたは、プリントを配布
参考資料　：適宜紹介

クロスメディア演習

●単位：２単位
●履修区分：必修選択
●履修年次：１・２年次
●時間割：８／１開講　第２トライメスター　毎週水曜１限
●定員：２０名（コンテンツディレクタープログラム優先）

担当教員
杉浦幹夫

授業概要
本演習では、わが国、特に大阪におけるコンテンツ業界で必要とされていながら、優れた人材が少ないと言われるメディアを縦断し、プロジェクトを企画立案、プロデュースおよびマネジメントのできるプロデューサー、プランナー、マネージャー、コーディネーターの能力を開発する。本演習は、大きく以下の三つのフェーズにより構成される。
①コンテンツ産業を含むクロスメディアに係る既存文化関連産業の現状と業界構造の基礎知識の習得（講義）
②文化関連産業（クロスメディアによるプロジェクト企画）のマーケティング（講義）
③プロジェクト企画書の作成（実習）
①においては、コンテンツ業界ばかりでなく、他の文化関連産業分野の歴史（メディア史等）と現状を習得するにより、プロジェクト立案の視野を拡げることを目的とする。②においては、コンテンツ作家が陥りがちな“ビジネス”としての実現性、発展性に対する基礎的要件を習得するとともに、必要な能力、技術についての基礎知識を習得することを目的とする。③では、上記①②の講義を踏まえ、プロジェクトチームに分かれ、共同作業で具体的なプロジェクト企画書、プレゼンテーション資料を作成する。複数の学生により企画書およびプレゼンテーション資料を作成することで、ビジネスプラン作成能力とともに、調整能力を習得することを目的とする。（グループ分けは、実習開始時に行う。）なお、本演習は、時間外での学生の思考が重要であることから、時間が許す限り要望に応じて自主的な会合、実習を想定している。

到達目標
①課題の中から本質的な問題を発見する能力を身につける。②プロジェクトのブレストにおいて人に伝わる言葉をセレクトする能力を身につける。③自分の適性と他人の適性を組み合わせ、チームの力を最大限発揮させるべく行動するできる力を身につける

主な内容

	日程	授業タイトル	授業内容
1	8/1	クロスメディアに係る文化関連産業の概要①－メディアの歴史	メディア通史と既存文化関連産業との関わり、クロスメディア（それ以前のメディアミックス）の経緯、動向について（講義）
2	8/8	クロスメディアに係る文化関連産業の現状と業界構造②－音楽、演劇、美術、伝統芸能等	既存文化産業（クラシック音楽、ポピュラー音楽、演劇、美術、伝統芸能等）の現状と業界構造について（講義）
3	8/22	クロスメディアに係る文化関連産業の現状と業界構造③－コンテンツ産業	コンテンツ産業（映像、アニメ、音楽、ゲーム、webデザイン等）の現状と業界構造について（講義）
4	8/29	クロスメディアに係る文化関連産業の現状と業界構造④－大規模イベントと海外諸国の動向	大規模イベントにおけるクロスメディアの現状および海外諸国の動向（講義およびゲストスピーカー講話を予定）
5	9/5	クロスメディアに係る文化関連産業の現状と業界構造⑤－関西（大阪）の現状	関西（大阪）におけるコンテンツ産業の現状と業界構造について（講義およびゲストスピーカー講話を予定）
6	9/12	文化関連産業（クロスメディアによるプロジェクト企画）のマーケティング①－産業政策としての意義	文化関連産業「ビジネス」の社会的意義・必要性（講義）
7	9/19	文化関連産業（クロスメディアによるプロジェクト企画）のマーケティング②－プロデューサーの役割	プロデューサーの役割について（講義およびゲストスピーカーとのディスカッション）
8	9/26	プロジェクト企画書の作成①－企画立案・マーケティング	プロジェクト企画立案およびプロジェクトマーケティング（実習）
9	10/3	プロジェクト企画書の作成②－プロジェクト進行管理計画	プロジェクト進行管理計画の作成（人材計画、スケジュール計画）（実習）
10	10/10	プロジェクト企画書の作成③－プロモーション計画	プロモーション計画の作成（媒体計画、メディアプロモーション、国際展開等）（実習）
11	10/17	プロジェクト企画書の作成④－資金計画	資金計画の作成（バランスシートの作成）（実習）
12	10/24	プロジェクト企画書の作成－プレゼンテーション資料	作成したプレゼンテーション資料を基にプレゼンテーションを行う。

履修条件
時間外での思考が重要であり、“ビジネス”を遂行していく姿勢を重視する。時間外にも積極的に取り組むやる気を持つ学生を歓迎する。

評価方法
メールでのコミュニケーションや、課題、プレゼンテーションの結果などにおいてのプロセス、アウトプットを総合的に判断する。

教材・教科書・参考資料等
教材・教科書：必要に応じて、グループウェアにてデータを配布。参考資料　：適宜紹介。

ヒットコンテンツ事例研究

●単位：２単位
●履修区分：選択
●履修年次：１・２年次
●時間割：１１/２７開講　第３トライメスター　毎週火曜１限
●定員：２０名

担当教員
品田英雄

授業概要
「安く作って、高く売る」が儲かるビジネスの基本構造です。それは、たとえコンテンツ業界であっても変わりません。ただ、違うところがあるとすれば、コンテンツビジネスはどれくらい売れるのか、その予想が非常にむずかしいところです。多くの予算を注ぎ込んだ、キャスティングが豪華だ、最新技術を導入している、などの努力をしても、ヒットしないことはよくあります。（むしろその方が多いかもしれません）。私は二十年以上に渡ってエンタテインメント・ビジネスを取材し、多くのヒットメーカーの様子を間近に見てきました。本講義では、コンテンツビジネスにおけるヒットの要因を具体的な事例を元に分析・解説し、ヒットを生み出すために必要な要素を理解することを目的とします。またヒットメーカーになるために必要なプロデューサーやディレクターの能力にまで触れ、その能力を高める手法も提供します。同時に、ヒットプロデューサーやディレクターの能力にまで触れ、その能力を高める手法も提供します。同時に、ヒットプロデューサーらをゲストスピーカーに招き、具体的に彼らがどんな仕事をしているのか、どんな努力をしているのかを身近に感じ、能力開発の助けにします。ヒット作りに政界はありませんが、多くの事例に接することは明日からのコンテンツ制作に役立つはずです。

到達目標
自分の視点でヒット・コンテンツの分析レポートができること

主な内容

	日程	授業タイトル	概要
1	11/27	講義全体オリエンテーションとゴールイメージ	本講義の全体像の共有。継続的にヒットを出し続ける人たちを例に挙げ、ヒットメーカーになるためのアプローチを共有する。
2	12/4	コンテンツビジネスの本質	コンテンツビジネスは、映画、音楽、ゲーム、放送、出版等の多岐に渡る。そのコンテンツビジネスの本質と仕組みを明らかにしヒットの意味を探る。
3	12/11	ヒットの本質	ヒットは、世の中の動き、人の心の変遷などさまざまな要素の組み合わせにより起こる。成功と失敗の両方を提示することで、ヒット要因やヒット法則におけるヒットメカニズムの分析の基礎を得る。
4	12/18	ヒットコンテンツ事例①	ヒットプロデューサーを招いて、ヒットの要因分析とアプローチの手法を検証する。
5	12/25	ヒット要因1	ヒットを生む要因で、前提となる要因の＜時代のニーズ＞と＜企画＞について考える。これらの要因を、具体例を交えキーワードで解説しヒットを生み出すポイントを指摘する。
6	1/8	ヒット要因2	ヒット要因の3つ＜マーケティング＞＜制作＞＜デリバリー＞について考える。これらの要因を、具体例を交えキーワードで解説し、ヒットを生み出すポイントを指摘する。
7	1/15	ヒットコンテンツ事例②	ヒットプロデューサーを招いて、ヒットの要因分析とアプローチの手法を検証する。＊最終レポートの内容を発表
8	1/22	ウェブ2.0 以降のヒット法則の変化	従来のコンテンツビジネスとは大きく異なるCGM（Consumer　Generated Media）から生まれるヒット法則について考察する。
9	1/29	ヒットを生むプロデューサー・ディレクターの役割と能力	ヒットを生み出す為に必要な、プロデューサー・ディレクターの役割と、ヒットを生み出すプロデューサー・ディレクターの能力について考察する。
10	2/5	ヒットコンテンツ事例③	ヒットプロデューサーを招いて、ヒットの要因分析とアプローチの手法を検証する。
11	2/12	ヒットメカニズム分析総括①	講義を通じて得た知識と課題に対してのレポートを相互に発表しあうことにより、コンテンツビジネスでヒットを生みだすための法則を各自が編み出すヒントを体得する（前半）。
12	2/19	ヒットメカニズム分析総括②	同上（後半）。その後、全体を総括する。

履修条件
コンテンツプロデューサー、ディレクター志望でヒットを生みだすことに興味とモチベーションを持つもの

評価方法
７回目の講義終了時にヒットのメカニズム分析の最終課題テーマ発表。１１～１２回目の授業にてプレゼンテーション。また、ヒットコンテンツ事例のゲストスピーカーの講義後にヒット要因レポートを提出。

教材・教科書・参考資料等
ヒット学～コンテンツ・ビジネスに学ぶ６つのヒット法則～（ダイヤモンド社、吉田就彦著）、感じる人感じない人（PHP研究所、堀義貴著）、ヒットを読む（日本経済新聞社、品田英雄著）

研究科目

142　研究科目[ゼミ]

修 了 課 題 制 作

●単位:2単位
●履修区分：プログラム共通　必修
●履修年次：１年制は１年の終了時・２年制は２年の終了時（通常年限終了後はトライメスターごとに提出可能）

担当教員
杉山知之　藤本真佐　百谷正則　栩木雅典　杉浦幹男　咲本勝巳　渡辺康一　稲泉綾二　福井修

概要
本学院生は、デジタルコンテンツマネジメント専攻の必要科目の単位取得と共に、修了課題制作を行うことが求められる。院生諸君が本学での研究成果を、「修了課題」としてまとめたものを、学長及び、研究成果に関連するゼミを受け持つ教員によって評価し、単位を認定するものである。

テーマの選択について
制作者（＝院生）が取り組んだテーマが、本人が、本学修士課程修了後の目標とする「専門職における卓越した人材」になるためのステップとしてふさわしいものであることが、提出物内で具体的かつ明確に説明されていること。

成果物にもとめる条件について
1．専門職側、業界側からのニーズに適した「成果」であること
2．理論と実務を架橋する「成果」であること

最終的なアウトプットイメージ
A．製品化を目指すレベルのオリジナルコンテンツ、もしくは新規ビジネスとして実用化を目指すレベルのサービスであること
B．以後の実務にて活用できるように、その制作過程において培われた、制作およびプロジェクト進行の手法を体系化すること
C．新規性、先見性の認められる仮説を立て、それを検証するといった試みがなされていること。
以上の条件を反映したものであること。

提出形式
①新規ビジネスプランおよびデモコンテンツ
②修士論文
上記のどちらかであること。

なお、コンテンツの制作にあたっては、本学の母体であるデジタルハリウッド株式会社の一般コース受講生のデザイナー、エンジニアとプロジェクトチームを組んで、制作を行うことも可能である。

スケジュール（2006年例）

日程	内容	備考
10／28（土）	修了課題説明会	時間別途設定
11／1～	修了課題個別相談会	随時実施
12／1（金）	修了課題テーマ・指導教員予備登録	院生から各自教員に依頼
1／13（土）18時	修了課題テーマ・指導教員最終登録	
2／17（土）～25（日）	1次提出（指導教員との単位認定面談）	面談日程は別途決定
3／10（土）18時	最終提出	
3／13（火）	修了判定会議	最終的な修了可否を専任教員にて行う
3／31（金）	通期単位認定（修了認定）	

注意事項
・説明会には極力参加すること（日程は別途発表）
・最終登録後、提出を次年度に持ち越す場合は、次年度に再度、年間登録料、科目履修費がかかるので、登録においては慎重を期すこと。

福井ゼミ～Web -DBシステム～

●単位：３単位
●履修区分：選択
●履修年次：１・２年次
●時間割：８／７　開講　第２トライメスター　毎週火曜１限
●定員：各６名程度

担当教員
福井修

概要と到達目標
Web-DBシステムは、グループや組織の情報共有インフラとして欠かせない存在になっている。Web-DBシステムも年々進化をとげWeb2.0と称される新しいシステムには、新しい手法がよくフィットする。Google2005年BestHacker賞にて一躍メジャーになったRuby on Railsは、先端Java開発者も取り込んで大きなうねりが起こっており日本でも徐々に浸透している。
このWeb-DBシステム構築の為の新しいうねりへいち早く対応できるよう知見および実践力を高める必要がある。
本講座では、オブジェクト指向スクリプト言語Ruby およびRuby on Railsフレームワーク を利用した環境をベースに、さらなる先端Web-DB応用システムを構築してゆけるスキルを追求する。
この新しいツールを軸に、ゼネラルプロデューサーやコンテンツディレクターを目指す為の先端現場のノウハウを学ぶ。

最終的なアウトプットイメージ
オブジェクト指向を理解し使いこなせる。
DBを理解し使いこなせる。
Ajaxを理解し使いこなせる。
Ruby on Railsを使用して応用システムを構築できるようになる。

履修条件
WEBプロデュース２（システム）履修済みおよび相当レベルに到達していること。
ノートパソコンを持参し、ネットワーク環境を用意できること。

評価方法
Ruby on Railsの課題提出と発表。

教材・教科書・参考資料等
「RailsによるアジャイルWebアプリケーション開発」オーム社Dave Thomas and David Heinemeier Hasson 著 前田修吾 監訳

杉浦ゼミ

●単位：３単位
●履修区分：選択
●履修年次：１・２年次
●時間割：１２/1開講　第3トライメスター　毎週土曜１８：３０～
●定員：１０名程度

担当教員
杉浦幹男

概要と到達目標
以下のプロジェクトについて、実地に即した演習を行う。

①「アジア“MANGA→CINEMA”プロジェクト in 大阪」

＜プロジェクト概要＞
　東アジア（日本、韓国、中国（香港を含む））での漫画（あるいはイラスト）によるショートフィルムのプロットのコンペを開催する。今年度は、対象国での作品募集から、大阪での審査会、受賞作品による展覧会を開催。あわせて来年度のショートフィルム化、長編作品への展開に向けたファンド・レイジングを打診する。

＜受講生の役割・効果＞
上記対象国との交渉を通じ、海外諸国のコンテンツ産業の構造、商習慣、交渉術について研修を行う。
プロットコンペの審査を通じて、作品選定のポイント（市場性、ビジネスプランへの展開）を研修。あわせて、展覧会開催により、プロモーション手法について研修を行う。
今後の映像化に向けてのプラン検討に参画することにより、映像企画のビジネスプラン作成手法について研修を行う。

② CNS（コンテンツ・ネットワーク・サロン）でのプレゼンテーションに向けたビジネスプランの作成

＜プロジェクト概要＞
　コンテンツ産業に関わるプロデューサー、マネージャーのネットワークであるCNS（コンテンツ・ネットワーク・サロン）においてビジネスプランのプレゼンテーションを実施し、協力者、スポンサー等についての助言をもらう。あわせて、ビジネスプランの実施に向けたファンド・レイジング、プロモーション計画等を立案、実施する。（事業規模 300～500万円程度を想定。）

＜受講生の役割・効果＞
プレゼンテーションに向けたビジネスプランの作成。現場で活躍する他者（CNS）の評価を受けることで、実地に即したビジネス感覚を研修する。

③長編映画作品の海外プロモーション

＜プロジェクト概要＞
　長編映画作品（完成済）の海外プロモーション事業への参加。欧米および豪州の映画祭への出品を検討中。

＜受講生の役割・効果＞
国内でのプロモーション作業を通じて、海外映画祭等、ネットワークの構築手法、作品イメージに合わせたプロモーションのあり方について研修。

＊この記載は２００６年度のものです。

最終的なアウトプットイメージ
デモンストレーションを行える制作物を作る。（ウェブ、映像、製品プロトタイプ、ワークショップなど）

履修条件
自らが今後コンテンツ業界で、どのような人材になっていくか具体的なイメージが沸いている人に限定。各自のイメージを聞きながら、それに適した進行を考えてく。

評価方法
５０％以上の出席。その上で総合的に判断。

教材・教科書・参考資料等
適宜配布・紹介

524　研究科目【ゼミ】

渡辺ゼミ

●単位：3単位
●履修区分：選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：開講　第2トライメスター　毎週月曜
●定員：5名程度

担当教員
渡辺康一

概要と到達目標
WEB制作を進めるときに最も重要なのは、設計図でもありクライアントとの合意書にもあたる企画書や仕様書である。その企画書・仕様書の作成方法からプレゼンテーションの方法まで、実際に作成しながら進めていく。履修者全員の企画書仕様書のプレゼンを行う。またグループに分けて実際のサイトについて情報発信サイトを1から作成する実習、実際の企業のECサイトを例にとり、コンサルから運営支援を行う実習を行う。

最終的なアウトプットイメージ
Web、Podcastingなど新しいメディアにあわせたコンテンツの企画、プロデュースの体験。

履修条件
WEB制作における一般的な知識を所有し、WEBを利用した事業の展開を今後想定している者。

評価方法
50%以上の出席。その上で総合的に判断。

教材・教科書・参考資料等
適宜紹介

525　研究科目[ゼミ]

咲本ゼミ（起業ゼミⅣ）

●単位:3単位
●履修区分:選択
●履修年次:1・2年次
●時間割:第3トライメスター 土曜 18:30～
●定員:10名

担当教員
咲本勝巳

概要と到達目標
成功する起業家には共通の姿勢と行動形態があり、それら起業家の起業プロセスへ注目することを本ゼミを運営していく基本的方向性とする。
具体的には、
(1)単なる事業アイデアと起業機会とは全く異なるものであり、その認識と評価方法について
(2)起業家に必要となるメンタリティや行動について
(3)インターネットを活用した起業モデルの優位性と難しさについて
以上を共に学んでいく。

本ゼミでは講義スタイルはとらず、ビジネスプランのブラッシュアップ、ゲスト起業家を招いての議論などを含むワークショップ形式を基本として進める。最終的には、頭で考えるだけでは理解しがたい「アントレプレナー・マインド」を、参加者全員が「感じる」ことができるようになることを目指す。なお、実際に起業する方の個別相談には積極的に協力する。

第１回のゼミ内で「あなたがぜひともなりたい起業家像とはどのようなものなのか」を制限時間3分、口頭のみでのプレゼンテーションを必須項目とする。事前に発表の準備をしておくこと。

最終的なアウトプットイメージ
創業・起業・新規事業・新企画のための事業計画書を完成させる。

履修条件
・事業計画手法とビジネスモデル演習の単位を取得していること
・積極的に議論に参加できる方であること。
・自主性・自発性が求められる課題をこなしていく必要があるため、具体的な指示がなくとも物事に取り組める者であること。

評価方法
65%以上の出席。その上で総合的に判断。

教材･教科書･参考資料等
ジェフリー・A・ティモンズ『ベンチャー創造の理論と戦略ー起業機会探索から資金調達までの実践的方法論』（ダイヤモンド社）￥8,190
キャサリン・カトリン他『あなたが伸びれば、会社も伸びる！ー起業経営者のための４段階成長術』(翔泳社)￥1,680．-
※推奨本はゼミの中で随時紹介していく

526　研究科目［ゼミ］

栩木ゼミ～インタラクティブコンテンツ制作～

●単位：3単位
●履修区分：プログラム共通 選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：12/4開講 第3トライメスター 毎週火曜1限
●定員：10名程度

担当教員
栩木雅典

概要と到達目標
本ゼミは、デジタル制作の応用例として、インタラクティブなデジタル動画コンテンツ作成を目的とする。
インタラクティブなCG動画はフラッシュなどのオーサリングツールで簡単に制作可能だが、本ゼミでは、実写映像をベースにインタラクティブなデジタル動画コンテンツ制作を目標とする。その一例としてPIP（パーソン・イン・プレゼンテーション）と呼ばれるWEBでのデジタル動画などがあるが、更にインタラクティブコンテンツ制作を目指す。

最終的なアウトプットイメージ
独自のPinPやインタラクティブなデジタル映像コンテンツの企画及び制作。

履修条件
Flash及び映像合成編集ソフトが使えること

評価方法
50%以上の出席。その上で総合的に判断。

教材・教科書・参考資料等
授業内で配布、もしくは適宜紹介する。

その他
特になし

527　研究科目［ゼミ］

稲泉ゼミ ～デジタルアーカイブの制作と映像デザイン～

●単位：3単位
●履修区分：選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：第3トライメスター　毎週土曜
●定員：10名程度

担当教員
稲泉綾二

概要と到達目標
関西には歴史的、文化的遺産が多く存在している。この地の利を生かして建造物、造形物などの有形文化と、祭り、生活風習、映像、所作などの無形文化の両面を対象に調査分析を行い、それらの映像によるデジタルアーカイブ化の方法を考察する。また、文化財には特有のコンテキストが必要なので、それらの映像デザイン・情報デザイン上でのインターフェイスの検討を行う。さらに、将来のデジタル環境へ橋渡しを行うことを目的として、映像コンテンツやアーカイブためのオブジェクト・データベースの構築研究を行う。
この種のアーカイブは、一般に広く提供できないと意味がないことから、経験経済学の視点からWeb配信やリッチコンテンツ、ユビキタスコンテンツ、また、それらのパッケージ化、ポストプロダクション手法など多様な提供方法や利用形態を考察し、コンテンツ社会論の実験的な開発を試行する。

最終的なアウトプットイメージ
各種ステークホルダーへの達意あるプレゼンが出来るようになると共に、事業開始に向けた売れる、勝てる、儲かる事業計画を作成・実践する。

履修条件
ポストプロダクション先端技術演習を履修していること。

評価方法
５０％以上の出席。その上で総合的に判断。

教材・教科書・参考資料等
授業内で配布、もしくは適宜紹介する。

528　研究科目［ゼミ］

笠居ゼミ ～Flashを用いたリッチコンテンツの企画ディレクション～

●単位：3単位
●履修区分：選択
●履修年次：1・2年次
●時間割：8/19開講　第2トライメスター　毎週日曜1限
●定員：5名

担当教員
笠居トシヒロ

授業概要と到達目標
バージョンアップを重ねるごとに多彩な機能を備え、またプラグインの普及率からも、今や欠かせないツールであるAdobeFlash。そのFlashを用いたリッチコンテンツの企画立案およびクライアントへの提案、制作ディレクションを行えるディレクターとなれることを目標に、PCを用いてFlashの操作、実際のコンテンツ・企画など実例を用いたケーススタディを経て、企画立案に取り組む。
また自ら制作に取り組む者には、制作指導も行う。

企画は仮想クライアントを想定してのもの、実際にクライアントをたてるもの、オリジナルコンテンツなど個々の状況に応じて異なるが、制作チームを募る者には、デジタルハリウッドスクール生に対してプレゼンテーションの機会を設ける。

到達目標としては、Flashを用いたコンテンツの企画立案と制作ディレクションが行えることを目指す。

最終的なアウトプットイメージ
Flashを用いたコンテンツの企画書と提案プレゼンテーション

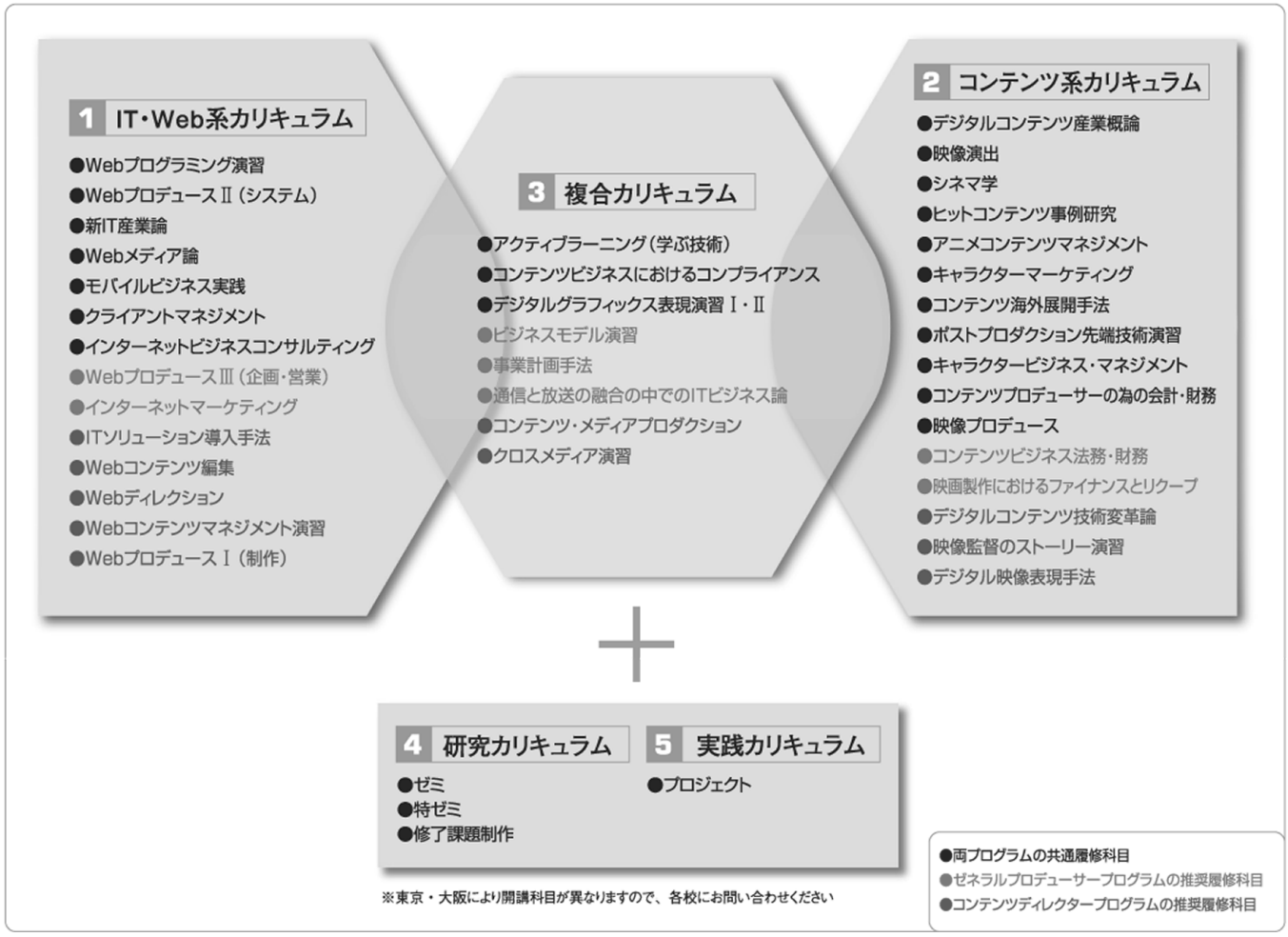
履修条件
下記事前課題に取り組めるもの
・「おしえて!!FLASH 8」「おしえて!!FLASH 8 ActionScript」（共に毎日コミュニケーション刊）の内容について、一通りの内容理解に取り組んでおくこと。

評価方法
企画およびプレゼンテーション、ゼミへの出席に加え、ゼミ内での取組み姿勢などを総合評価。

教材・教科書・参考資料等
推薦図書：Flashプロフェッショナルスタイル（毎日コミュニケーション）　/　デザインする技術（MdN）

科目区分	学習領域	科目NO	科目名	教員	単位数
基礎科目	ｺﾝﾃﾝﾂﾋﾞｼﾞﾈｽに携わる人材に必要なスキルと倫理	102	コンテンツビジネスにおけるコンプライアンス	鈴木知幸（東京）／杉浦幹男（大阪）	2
	ｺﾝﾃﾝﾂﾋﾞｼﾞﾈｽ・産業構造・歴史・未来	103	デジタルコンテンツ産業概論	杉山知之（東京）	2
		104	新IT産業論	小林愛心（東京）／竹野内勝次（大阪）	2
		105	通信と放送の融合の中でのITビジネス論	齋藤茂樹・荻野健一（東京）	2
		106	シネマ学	久里耕介（東京）	2
	IT時代のメディア	107	Webメディア論	生田昌弘（東京）	1
	ビジネスプランニング	108	事業計画手法	海老根智仁（東京）／咲本勝巳（大阪）	1
	コンテンツ基本表現手法	109	デジタルグラフィックス表現演習Ⅰ（Web）	林豊（東京）／百谷正則（大阪）	2
		110	デジタルグラフィックス表現演習Ⅱ（Maya）	小倉以索（東京）／小倉由也（大阪）	2
		111	Webプログラミング演習	茂木健一（東京）／杉本展将（大阪）	2
		112	映像演出	小椋久雄（東京）／仲久治（大阪）	2
実践基礎科目	ビジネスプランニング	113	ビジネスモデル演習	海老根智仁（東京）／咲本勝巳（大阪）	1
		148	クライアントマネジメント	小森一平・大島一豊（大阪）	1
	マーケティング	114	インターネットマーケティング	海老根智仁（東京）／塩見政春（大阪）	1
		115	インターネットマーケティングにおけるデータ分析基礎	衣袋宏美（東京）	1
	会計・税務	116	コンテンツプロデューサーの為の会計・税務	伊藤三八（東京）	1
	法務・財務	117	コンテンツビジネス法務・財務	土井宏文（東京）	1
	資金調達	118	映画製作におけるファイナンスとリクープ	亀田卓（東京）	2
	アートディレクション	119	デジタル映像表現手法	小倉以索（東京）／栩木雅典（大阪）	2
	ストーリーディレクション	120	映像監督のストーリー演習	山本和夫（東京）	2
	テクニカルディレクション	121	ITソリューション導入手法	三淵啓自（東京）／山中新一（大阪）	2
	エディトリアルディレクション	122	Webコンテンツ編集	矢野貴久子（東京）	1
		142	Webコンテンツマネジメント演習	百谷正則（大阪）	1
	制作マネジメント	123	映像プロデュース	木村元子（東京）	2
		124	コンテンツメディア・プロダクション	櫻井孝昌（東京）	2
		125	WebプロデュースⅠ（制作）	渋谷太郎（東京）／渡辺康一（大阪）	2
		126	WebプロデュースⅡ（システム）	三淵啓自（東京）／福井修（大阪）	2
		127	WebプロデュースⅢ（企画・営業）	村上亮（東京）	2
		146	Webディレクション	三木直志（大阪）	2
		147	システムとネットワークのセキュリティ概論	吉本博（大阪）	2
	モバイルビジネス	128	モバイルビジネス実践	岸良征彦（東京）	2
	ベンチャーキャピタル	129	ベンチャーキャピタルビジネス論	齋藤茂樹（東京）	1
応用・展開・先端科目	インターネットビジネスマネジメント応用	130	インターネットビジネスコンサルティング	渡辺弘（東京）	2
		131	インターネットマーケティングにおけるアクセス解析実践	衣袋宏美（東京）	1
	コンテンツビジネスマネジメント応用	132	キャラクターマーケティング	加藤洋（東京）	2
		133	コンテンツ海外展開手法	内田康史（東京）	1
		134	アニメコンテンツマネジメント	小畑正好（東京）	2
		135	キャラクタービジネスマネジメント	島田勝夫（東京）	2
	先端制作技術研究	136	デジタルコンテンツ技術変革論	斎賀和彦（東京）	2
		137	ポストプロダクション先端技術演習	斎賀和彦（東京）	2
		138	クロスメディア演習	川井拓也（東京）／杉浦幹夫（大阪）	2
	総合展開	139	ヒットコンテンツ事例研究	品田英雄（東京）	2
		140	ヒットプロデュース能力開発演習Ⅱ	吉田就彦（東京）	2
研究科目	1年短縮対象者のみ共通ゼミ	141	特ゼミ	小田実・伊藤雅之・杉浦治（東京）	10
	必修	142	修了課題制作	専任教員	2
		143	プロジェクト科目	－	1～2
	情報メディア・ネットワーク分野ゼミ	501	三淵ゼミ	三淵啓自（東京）	6
		502	川井ゼミ	川井拓也（東京）	6
		503	西尾ゼミ	西尾安裕（東京）	3
		522	福井ゼミ	福井修（大阪）	3
	情報経済分野ゼミ	504	起業ゼミⅠ	吉田雅紀（東京）	3
		505	起業ゼミⅡ	鈴木啓明（東京）	3
		506	起業ゼミⅢ	鈴木啓明/藤本真佐（東京）	3
		507	加藤ゼミ	加藤洋（東京）	3
		508	荻野ゼミ	荻野健一（東京）	3
		523	三浦ゼミ	三浦辰也（東京）	6
		510	島田ゼミ	島田勝夫（東京）	3
		511	吉村ゼミ	吉村毅（東京）	3
		512	羽根ゼミ	羽根拓也（東京）	3
		513	リクルートゼミ	川原信宏（東京）	3
		514	森川ゼミ	森川亮（東京）	3
		523	杉浦ゼミ	杉浦幹夫（大阪）	3
		524	渡辺ゼミ	渡辺康一（大阪）	3
		525	咲本ゼミ	咲本勝巳（大阪）	3
	情報芸術分野ゼミ	515	山本ゼミ	山本和夫（東京）	9
		516	久里ゼミⅠ	久里耕介（東京）	4
		517	久里ゼミⅡ	久里耕介（東京）	3
		519	飯田ゼミ	飯田和敏（東京）	6
		525	栩木ゼミ	栩木雅典（大阪）	6
		528	笠居ゼミ	笠居トシヒロ（大阪）	6
	情報文化分野ゼミ	520	吉田ゼミ	吉田就彦（東京）	3
		521	児玉ゼミ	児玉徹（東京）	1
		527	稲泉ゼミ	稲泉綾二（大阪）	3

資料5　履修モデル図


1 IT・Web系カリキュラム
●Webプログラミング演習
●WebプロデュースⅡ（システム）
●新IT産業論
●Webメディア論
●モバイルビジネス実践
●クライアントマネジメント
●インターネットビジネスコンサルティング
●WebプロデュースⅢ（企画・営業）
●インターネットマーケティング
●ITソリューション導入手法
●Webコンテンツ編集
●Webディレクション
●Webコンテンツマネジメント演習
●WebプロデュースⅠ（制作）
3 複合カリキュラム
●アクティブラーニング（学ぶ技術）
●コンテンツビジネスにおけるコンプライアンス
●デジタルグラフィックス表現演習Ⅰ・Ⅱ
●ビジネスモデル演習
●事業計画手法
●通信と放送の融合の中でのITビジネス論
●コンテンツ・メディアプロダクション
●クロスメディア演習
2 コンテンツ系カリキュラム
●デジタルコンテンツ産業概論
●映像演出
●シネマ学
●ヒットコンテンツ事例研究
●アニメコンテンツマネジメント
●キャラクターマーケティング
●コンテンツ海外展開手法
●ポストプロダクション先端技術演習
●キャラクタービジネス・マネジメント
●コンテンツプロデューサーの為の会計・財務
●映像プロデュース
●コンテンツビジネス法務・財務
●映画製作におけるファイナンスとリクープ
●デジタルコンテンツ技術変革論
●映像監督のストーリー演習
●デジタル映像表現手法
4 研究カリキュラム
●ゼミ
●特ゼミ
●修了課題制作
5 実践カリキュラム
●プロジェクト
※東京・大阪により開講科目が異なりますので、各校にお問い合わせください
●両プログラムの共通履修科目
●ゼネラルプロデューサープログラムの推奨履修科目
●コンテンツディレクタープログラムの推奨履修科目

資料６　成績基準表

成績評価について

本学の成績評価は、一般科目（基礎科目、実践基礎科目、応用展開先端科目研究科目）においては、各科目ごとに設定された「到達目標」に対しての達成度を、またゼミ（研究科目）ではアウトプットや参加態度を、５段階（S～D）であらわす形式となっております。採点は原則として下記表中の「基準となる採点方法」に従って行われ、「授業内課題」、「参加態度」等の採点項目の合算値によって決定しています。ただし、科目によっては独自の方法や項目を設定している場合もございますので、必ずシラバスを参照してください。

科目区分	科目内容	基準となる採点方法
基礎科目	デジタルコンテンツマネジメントを遂行するために必要な、変化に対応できる基礎的な知識、技能、基本となるヒューマンスキル、倫理を培うことを目的とする科目	授業内課題+最終課題→70点、参加態度→30点、 出席率50%以下は評価外 （出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）
実践基礎科目	コンテンツのディレクションまたはプロデュースに特化した実務についての専門的な知識を理論的に理解することを目的する科目	授業内課題+最終課題→80点、参加態度→20点、 出席率30%以下は評価外 （出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）
応用・展開・先端科目	デジタルコンテンツの進化に対応できる、応用的、展開的、先端的な、深い専門知識を修得することを目的とする科目	授業内課題+最終課題→90点、参加態度→10点、 出席率30%以下は評価外 （出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）
研究科目（ゼミ）	デジタルコンテンツマネジメント領域における実務研究を行うための専門知識を習得するための科目	授業内課題＋最終課題→60点　参加態度→40点 出席率50%以下は評価外 （出席率を評価に加える場合は参加態度内に含む）

評価ランク	点数	備考
S	91-100	履修者数の0～10%程度
A	81-90	―
B	71-80	―
C	61-70	―
D	-60	単位認定不可

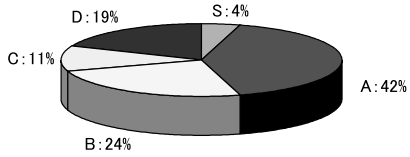
注意
評価ランクは院生個々人の到達目標に対する達成度をあらわすもので、原則として各ランクごとの人数が決っているわけではありません。ただし、上記のように「S」に関しては、履修者中、特に優れた方にのみ適用されるものとし、人数の目安が定められています。

資料7　　07年度第1トライメスター成績評価分布図（例）

【07年度第1トライメスター 科目区分別総計】

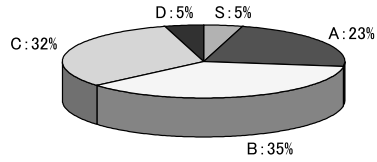
07年度第1トライメスター 成績評価分布図（科目区分別総計）

基礎科目



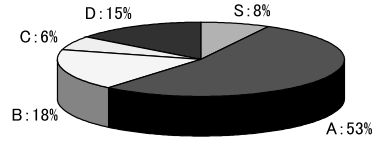
第1トライメスター基礎科目（5科目総計）					
	S	A	B	C	D
人数	6	58	34	16	26
%	4%	42%	24%	12%	19%

応用展開先端科目



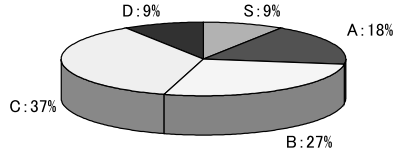
第1トライメスター応用展開先端科目（2科目総計）					
	S	A	B	C	D
人数	1	5	8	7	1
%	5%	23%	36%	32%	5%

実践基礎科目



第1トライメスター実践基礎科目（6科目総計）					
	S	A	B	C	D
人数	10	69	23	8	19
%	8%	53%	18%	6%	15%

研究科目

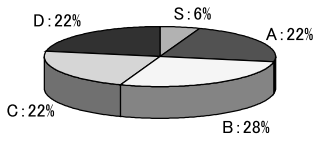


第1トライメスター研究科目（1科目総計）					
	S	A	B	C	D
人数	1	2	3	4	1
%	9%	18%	27%	36%	9%

【07年度第1トライメスター 基礎科目】

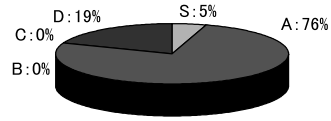
07年度第1トライメスター成績評価分布図（基礎科目）

ＷＥＢメディア論



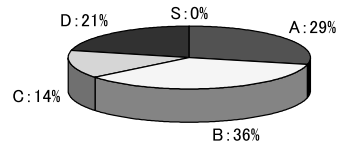
WEBメディア論					
	S	A	B	C	D
人数	3	12	15	12	12
%	6%	22%	28%	22%	22%

デジタルコンテンツ産業概論



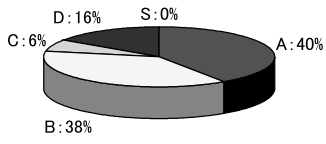
デジタルコンテンツ産業概論					
	S	A	B	C	D
人数	1	16	0	0	4
%	5%	76%	0%	0%	19%

シネマ学



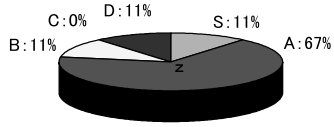
シネマ学					
	S	A	B	C	D
人数	0	4	5	2	3
%	0%	29%	36%	14%	21%

通信と放送の融合の中でのITビジネス論



通信と放送の融合の中でのITビジネス論					
	S	A	B	C	D
人数	0	13	12	2	5
%	0%	41%	38%	6%	16%

映像演出

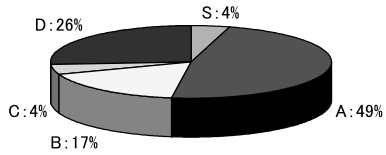


映像演出					
	S	A	B	C	D
人数	2	12	2	0	2
%	11%	67%	11%	0%	11%

【07年度第1トライメスター実践基礎科目】

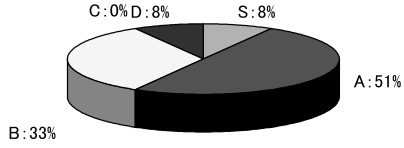
07年度第1トライメスター成績評価分布図（実践基礎科目）

WEBプロデュースⅠ（制作）



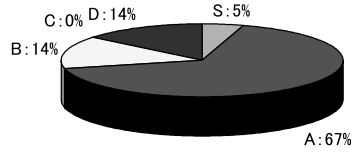
WEBプロデュースⅠ（制作）	S	A	B	C	D
人数	1	11	4	1	6
%	4%	48%	17%	4%	26%

デジタル映像表現手法



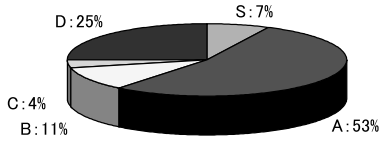
デジタル映像表現手法	S	A	B	C	D
人数	1	6	4	0	1
%	8%	50%	33%	0%	8%

インターネットマーケティングにおけるデータ分析基礎



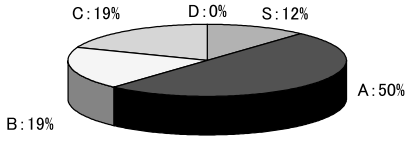
インターネットマーケティングにおけるデータ分析基礎	S	A	B	C	D
人数	1	14	3	0	3
%	5%	67%	14%	0%	14%

WEBプロデュースⅡ（システム）



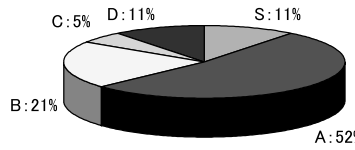
WEBプロデュースⅡ（システム）	S	A	B	C	D
人数	2	15	3	1	7
%	7%	54%	11%	4%	25%

映像監督のストーリー演習



映像監督のストーリー演習	S	A	B	C	D
人数	3	13	5	5	0
%	12%	50%	19%	19%	0%

映画製作におけるファイナンスとリクープ

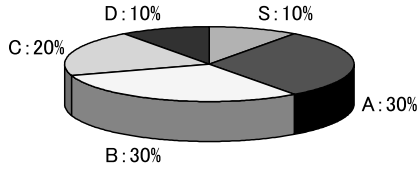


映画製作におけるファイナンスとリクープ	S	A	B	C	D
人数	2	10	4	1	2
%	11%	53%	21%	5%	11%

【07年度第1トライメスター応用展開先端科目】

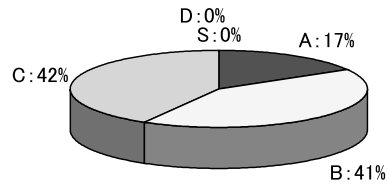
07年度第1トライメスター成績評価分布図（応用展開先端科目）

キャラクターマーケティング



キャラクターマーケティング	S	A	B	C	D
人数	1	3	3	2	1
%	10%	30%	30%	20%	10%

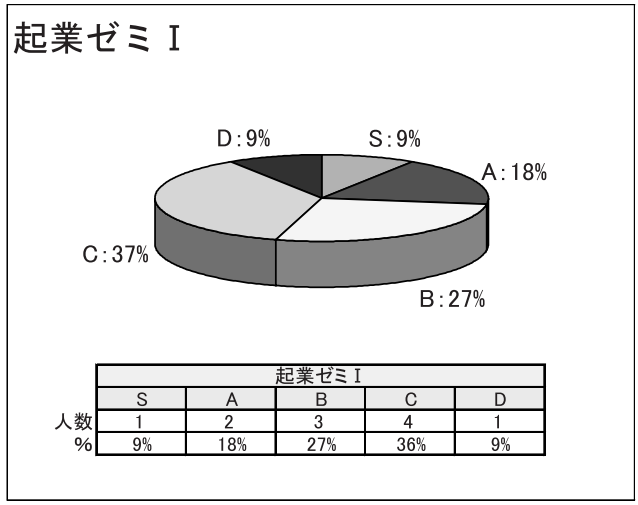
ヒットプロデュース能力開発演習Ⅱ



WEBプロデュースⅡ（システム）	S	A	B	C	D
人数	0	2	5	5	0
%	0%	17%	42%	42%	0%

【07年度第1トライメスター成績評価研究科目】

07年度第1トライメスター成績評価分布図（研究科目）

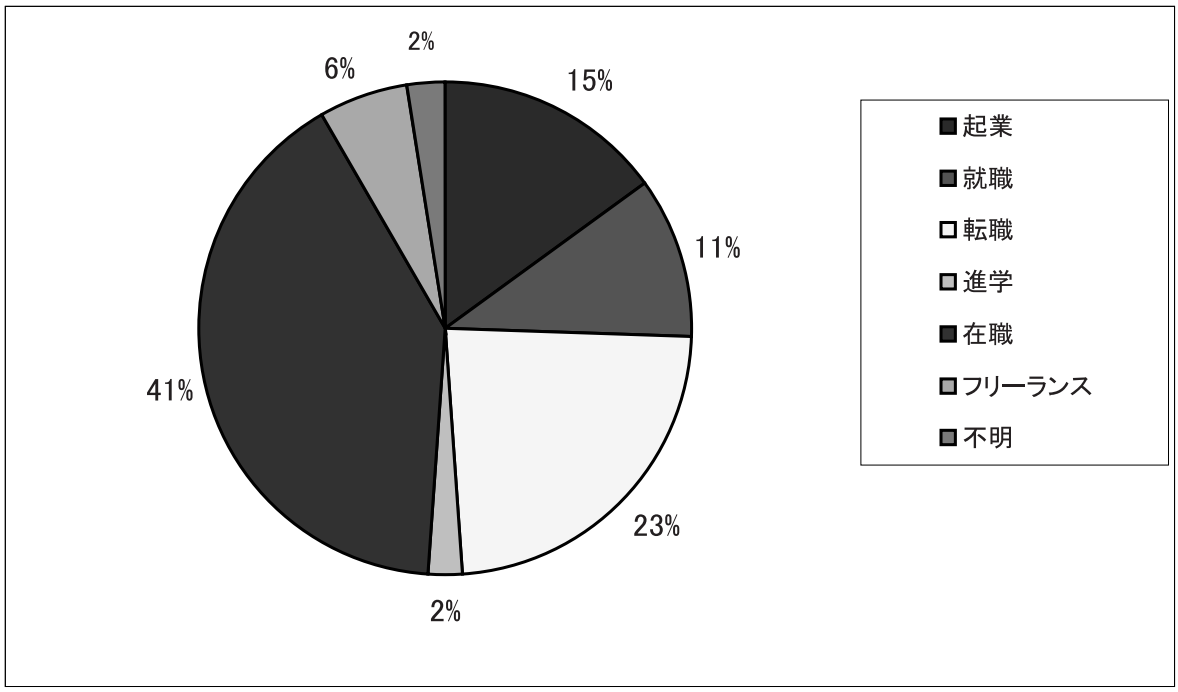


	起業ゼミⅠ				
	S	A	B	C	D
人数	1	2	3	4	1
%	9%	18%	27%	36%	9%

資料8　修了生の進路の割合

修了生121名の進路

項目	人数	割合
起業	18	15%
就職	13	11%
転職	28	23%
進学	3	2%
在職	49	40%
フリーランス	7	6%
不明	3	2%
合計	121	―



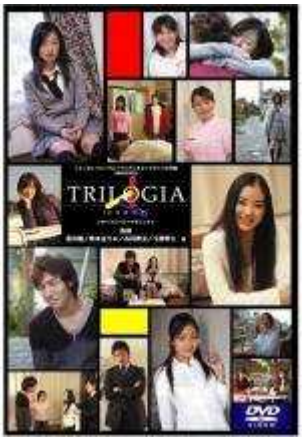
平成２０年３月３１日現在

図表Ⅱ-4：大学発ベンチャー企業数（私立大学）その1

大学名	総数	ＦＹ18新設	大学名	総数	ＦＹ18新設
早稲田大学	66	5	工学院大学	4	0
慶応義塾大学	53	4	中央大学	4	0
龍谷大学	33	0	青山学院大学	4	0
立命館大学	31	3	東京医科大学	4	0
日本大学	25	0	藤田保険衛生大学	4	0
高知工科大学	21	0	崇城大学	4	0
東海大学	17	0	帝京大学	4	0
近畿大学	17	1	東京慈恵会医科大学	4	0
同志社大学	16	1	東北芸術工科大学	4	0
東京理科大学	13	0	東京農業大学	4	0
大阪産業大学	10	0	光産業創成大学	4	0
関西学院大学	8	0	中部大学	4	0
デジタルハリウッド大学院	6	0	長浜バイオ大学	3	1
久留米大学	6	1	産業医科大学	3	1
明治大学	6	1	創価大学	3	1
聖マリアンナ大学	6	1	福岡工業大学	3	0
福岡大学	6	0	大阪商業大学	3	0
関西大学	6	0	京都産業大学	3	0
長崎総合科学大学	6	0	岩手医科大学	3	0
千歳科学技術大学	6	0	多摩大学	3	0
名城大学	5	2	東北工業大学	3	0
北海道東海大学	5	1	日本工業大学	3	0
桐蔭横浜大学	5	1	湘南工業大学	3	0
鳥取環境大学	5	1	北里大学	3	0
法政大学	5	0	九州情報大学	3	0
東京女子医科大学	5	0	大阪工業大学	2	1
東京電機大学	5	0	北海道工業大学	2	0
金沢工業大学	5	0	倉敷芸術科学大学	2	0
岡山理科大学	4	0	新潟工業大学	2	0

注：本年度は設立ベースではなく、現在活動しているベンチャー数をカウントすることとした。更に大学発ベンチャーの定義等の見直しも行っており、設立ベースでカウントした昨年度調査の設立総数との相違が一部の大学生で生じている。

資料１０　ゼミ、プロジェクト、課題制作の成果例



（１）芸能プロダクション、イトーカンパニーグループとの『ショートドラマプロジェクト』から誕生した３つのコラボムービー（Bitter Sweet、【existence】、Sonic Canon。2005 年 2 月 5 日から１週間、UPLINK FACTORY にて劇場公開され、その後 BIGLOBE ストリームにてストリーミング配信された。更に 2005 年 4 月 25 日には未公開メイキングムービーも収録された DVD が発売された。現在は PSP サイトにて、PSP 用有料コンテンツとして配信されている。

（２）著名なヴァイオリニストである葉加瀬太郎氏と共同企画制作した、オリジナル DVD 作品。若手 CG アーティストたちが、葉加瀬氏のレーベル「HATS」からセレクトされた楽曲に着想を得てフル CG ショートムービーを制作。「インストゥルメンタル音楽×フル CG 映像」という新しい表現スタイルを完成させ、一般市場に流通させた。

http://www.bloomdvd.jp/

＜DVD 商品概要＞
タイトル　：『Bloom』
発売日　：2006 年 4 月 12 日（水）
税抜価格　：4、800 円（税込 5、040 円）
発売元　：株式会社ギャガ・コミュニケーションズ
販売元　：株式会社ソニー・ミュージックダイレクト
ジャンル　：クラシックミュージッククリップ・オムニバス MOVIE
仕様　：セル DVD2 枚組（本編＋特典）/デジパック仕様/本編 65 分

（３）明治製菓㈱との共同プロジェクトにより、キャラクターやコンテンツの楽しさや映像の面白さからのストーリーから感情に訴え、チョコレートンのマーケットの拡大を促進した。

チョコレートンの冒険（明治製菓Ｗｅｂサイトにて連載）
http://choco-recipe.jp/milk/chocolaton/index.html

（4）スポーツコミュニケーションサイト「スポリン」（SNS サイト）

「スポリン」はスポーツが好きな人が集うコミュニティサイトである。

特ゼミ及び課題制作において統計調査した結果、男女を問わず「仲間がいればスポーツを始めたい」という意見が多勢を占めていることが分かった。本プロジェクトは、「オフスポーツの仲間づくり」こそが「スポーツマーケットの拡大を生む」という理念のもと、SNS による大規模スポーツコミュニティーの創出を目指している。現在、スポーツ好きが集まりスポーツ好きと繋がるスポーツ特化型 SNS「スポリン」として人気が上昇している。http://spolym.jp/

（5）セカンドライフ

米リンデンラボ社が運営する、インターネット上の 3 次元の仮想世界のなかでユーザーがアバターとして生活できるサービス「セカンドライフ（Second Life）」を、2006 年より、本学三淵啓自教授が中心となって、ゼミおよびセカンドライフ研究室を設置し、学生の実務研究活動の指導を経て、本件学生が、日本のセカンドライフの先駆者として書籍を執筆またセミナー講師として活躍をしている。

著書

・ウェブ仮想社会「セカンドライフ」 ネットビジネスの新大陸（アスキー新書 8）（新書）浅枝 大志（著）

（6）団塊サポート.com

一斉退職が始まった団塊世代の「ニューライフプランづくり」と「生きがい追求」を支えるための、団塊世代専用のポータルサイト

団塊世代の生きがい溢れる「ニューライフ」を専門家の知恵と会員の集合知で支え、励まし合う団塊世代専用サイトあることが特徴である。

「団塊サポート.com」は、デジタルハリウッド大学大学院の団塊世代の学生が、同世代のニーズ性を捉えてプロジェクト化し、ベンチャー企業を設立しサービスを開始した。

資料１１　　２００７年度　授業スケジュール一覧表

学期	曜日	開講期間	時間	科目区分	授業	科目名	教員	P	D	単位	回数	教室
第1トライメスター	月	前	19:00-21:00	基礎	講義	ＷＥＢメディア論	生田	必選	必選	1	6	5-7
		後～	19:00-21:00	基礎	講義	コンテンツビジネスにおけるコンプライアンス	鈴木（知）	必修	必修	2	12	5-7
		通１	19:00-21:00	研究	ゼミ	木村ゼミ	木村	選択	選択	3	12	4
	火	－	19:00-21:00	基礎	講義	通信と放送の融合の中でのITビジネス論	齋藤/荻野	必選	選択	2	12	5-6
		－	19:00-21:00	研究	ゼミ	吉村ゼミ①	吉村	選択	選択	3	12	4
		前	19:00-21:00	実基	講義	インターネットマーケティングにおけるデータ分析基礎	衣袋	選択	選択	1	6	7
		－	21:15-23:15	実基	講義	デジタル映像表現手法	小倉	選択	必選	2	12	5-6
		1～2	21:15-23:15	基礎	演習	デジタルグラフィックス表現演習Ⅰ（WEB）	林	選択	選択	2	24	富士
	水	－	19:00-21:00	実基	講義	映像監督のストーリー演習	山本	選択	必選	2	12	5-6
		－	21:15-23:15	実基	講義	ＷＥＢプロデュースⅡ（システム）	三淵	選択	選択	2	12	5-6
		1～2	21:15-23:15	基礎	演習	デジタルグラフィックス表現演習Ⅱ(Maya)	小倉	選択	選択	2	24	富士
	木	－	19:00-21:00	基礎	講義	デジタルコンテンツ産業概論	杉山	選択	選択	2	12	5-6
		－	19:00-21:00	応展先	講義	ヒットプロデュース能力開発演習Ⅱ	吉田（就）	選択	選択	2	12	7
		通1	シラバス参照	研究	ゼミ	羽根ゼミ	羽根	選択	選択	3	8	―
		－	21:15-23:15	実基	講義	ＷＥＢプロデュースⅠ（制作）	渋谷	選択	必選	2	12	5-6
	金	－	19:00-21:00	基礎	講義	映像演出	小椋	選択	選択	2	12	5-7
		－	19:00-21:00	応展先	講義	キャラクターマーケティング	加藤（洋）	選択	選択	2	12	4
	土	－	シラバス参照	研究	ゼミ	起業ゼミⅠ	吉田(雅)	選択	選択	3	4	5-6
		1～2	13：00-15：00	研究	ゼミ	飯田ゼミ	飯田	選択	選択	6	24	7
		1～2	13：00-15：00	研究	ゼミ	三淵ゼミ①	三淵	選択	選択	6	24	4
		通	15：30-17：30	研究	ゼミ	山本ゼミ	山本	選択	選択	9	36	5-6
	日	－	13：00-15：00	基礎	講義	シネマ学	久里	選択	選択	2	12	3-4
		1後～2	15：30-17：30	研究	ゼミ	久里ゼミⅠ	久里	選択	選択	4	18	3-4
		－	15：30-17：30	実基	講義	映画製作におけるファイナンスとリクープ	亀田	必選	選択	2	12	6-7
第2トライメスター	月	～前	19:00-21:00	基礎	講義	コンテンツビジネスにおけるコンプライアンス	鈴木（知）	必修	必修	2	12	5-7
		通１	19:00-21:00	研究	ゼミ	木村ゼミ	木村	選択	選択	3	12	4
		2	21:15-23:15	研究	ゼミ	荻野ゼミ	荻野	選択	選択	3	12	7
		2～3隔	21:15-23:15	研究	ゼミ	加藤ゼミ	加藤	選択	選択	3	12	4
	火	－	19:00-21:00	実基	講義	ＷＥＢプロデュースⅢ（企画・営業）	村上/高橋	必選	選択	2	12	5-6
		－	19:00-21:00	応展先	講義	キャラクター・ビジネス・マネジメント	島田	選択	選択	2	12	7
		－	19:00-21:00	研究	ゼミ	吉村ゼミ②	吉村	選択	選択	3	12	4
		1～2	21:15-23:15	基礎	演習	デジタルグラフィックス表現演習Ⅰ（WEB）	林	選択	選択	2	24	富士
	水	－	19:00-21:00	実基	講義	コンテンツビジネス法務・財務	土井	必選	選択	1	7	5-6
		－	19:00-21:00	応展先	講義	クロスメディア演習	川井	選択	必選	2	12	7
		－	21:15-23:15	研究	ゼミ	起業ゼミⅡ	鈴木（啓）	選択	選択	3	12	7
		－	21:15-23:15	基礎	演習	デジタルグラフィックス表現演習Ⅱ(Maya)	小倉	選択	選択	2	24	富士
	木	前	19:00-21:00	基礎	講義	事業計画手法	海老根	必選	選択	1	6	5-6
		前	21:15-23:15	実基	演習	ビジネスモデル演習	海老根	必選	選択	1	6	5-6
		後	19:00-21:00	実基	講義	インターネットマーケティングＡ	海老根	必選	選択	1	6	5-6
			19:00-21:00	応展先	講義	コンテンツ海外展開手法	内田	選択	選択	1	6	7
		通1	シラバス参照	研究	ゼミ	羽根ゼミ	羽根	選択	選択	3	8	―
		2	シラバス参照	研究	ゼミ	リクルートゼミ	川原	選択	選択	3	5	7
	金	－	19:00-21:00	実基	講義	コンテンツメディア・プロダクション	櫻井	選択	必選	2	12	5-6
		2～3	19:00-21:00	研究	ゼミ	平山ゼミ	平山	選択	選択	6	24	4
		2～3隔	19:00-21:00	研究	ゼミ	吉田（就）ゼミ	吉田（就）	選択	選択	3	12	7
	土	2～3	10：00-12：00	研究	ゼミ	特ゼミ	杉浦･小田･伊藤	1年生必修	1年生必修	10	24	5-6
		1～2	13：00-15：00	研究	ゼミ	飯田ゼミ	飯田	選択	選択	6	24	7
		1～2	13：00-15：00	研究	ゼミ	三淵ゼミ①	三淵	選択	選択	6	24	5-6
		2～3	13：00-15：00	研究	ゼミ	三淵ゼミ②	三淵	選択	選択	6	24	5-6
		通	15：30-17：30	研究	ゼミ	山本ゼミ	山本	選択	選択	9	36	5-6
		2～3	15：30-17：30	研究	ゼミ	川井ゼミ	川井	選択	選択	6	24	7
	日	1後～2	15：30-17：30	研究	ゼミ	久里ゼミⅠ	久里	選択	選択	4	18	3-4
		－	13：00-15：00	研究	講義	WEBサイトM&Aコンサルティング	竹内	選択	選択	1	10	6
第3トライメスター	月	－	19:00-21:00	応展先	講義	アニメコンテンツマネジメント	小畑	選択	選択	2	12	7
		－	19:00-21:00	研究	講義	WEBサイトM&Aコンサルティング	竹内	選択	選択	1	10	6
		－	19:00-21:00	研究	ゼミ	起業ゼミⅢ	藤本	選択	選択	3	12	D6-1
		通１	19:00-21:00	研究	ゼミ	木村ゼミ	木村	選択	選択	3	12	5
		－	21:15-23:15	実基	講義	映像プロデュース	木村	選択	選択	2	12	5-6
		2～3隔	21:15-23:15	研究	ゼミ	加藤ゼミ	加藤	選択	選択	3	12	4
	火	－	19:00-21:00	応展先	講義	ヒットコンテンツ事例研究	品田	選択	選択	2	12	5-6
		前	19:00-21:00	実基	講義	インターネットマーケティングにおけるアクセス	衣袋	選択	選択	1	6	7
		－	21:15-23:15	研究	ゼミ	森川ゼミ	森川	選択	選択	3	12	4
	水	－	19:00-21:00	基礎	講義	新ＩＴ産業論	小林	選択	選択	2	12	5
		後	19:00-21:00	応展先	講義	ベンチャーキャピタルビジネス論	齋藤	選択	選択	1	6	4
		－	19:00-21:00	応展先	講義	インターネットビジネスコンサルティング	渡辺	選択	選択	2	12	6
		－	21:15-23:15	実基	講義	ＩＴソリューション導入手法	三淵	選択	必選	2	12	5
		－	21:15-23:15	研究	ゼミ	起業ゼミⅢ	鈴木	選択	選択	3	12	6
	木	－	19:00-21:00	実基	講義	モバイルビジネス実践	岸良	選択	選択	2	12	5
		－	19:00-21:00	研究	ゼミ	西尾ゼミ	西尾	選択	選択	3	12	4
		通1	シラバス参照	研究	ゼミ	羽根ゼミ	羽根	選択	選択	3	8	―
		－	21:15-23:15	基礎	演習	WEBプログラミング演習(PHP)	茂木	選択	選択	2	12	5
		－	21:15-23:15	ワークショップ	講義	映画ビジネスワークショップ	赤城	―	―	―	10	6
	金	2～3	19:00-21:00	研究	ゼミ	平山ゼミ	平山	選択	選択	6	24	7
		－	19:00-21:00	応展先	講義	デジタルコンテンツ技術変革論	斎賀	選択	必選	2	12	5-6
		2～3隔	19:00-21:00	研究	ゼミ	吉田（就）ゼミ	吉田（就）	選択	選択	3	12	4
		－	21:15-23:15	応展先	演習	ポストプロダクション先端技術演習	斎賀	選択	選択	2	12	富士PC1
	土	2～3	10：00-12：00	研究	ゼミ	特ゼミ	杉浦･小田･伊藤	1年生必修	1年生必修	10	24	5-6
		前	13：00-15：00	実基	講義	コンテンツプロデューサーの為の会計・税務	伊藤（三）	選択	選択	1	6	5
		2～3	13：00-15：00	研究	ゼミ	三淵ゼミ②	三淵	選択	選択	6	24	4
		通	15：30-17：30	研究	ゼミ	山本ゼミ	山本	選択	選択	9	36	7
		2～3	15：30-17：30	研究	ゼミ	川井ゼミ	川井	選択	選択	6	24	5
		－	18：00-20：00	実基	講義	WEBコンテンツ編集	矢野	選択	必選	1	6	5-6
	日	－	15：30-17：30	研究	ゼミ	久里ゼミⅡ	久里	選択	選択	3	18	5
		－	13：00-15：00	研究	ゼミ	島田ゼミ	島田	選択	選択	3	12	6-7

短期開講	―	11/23, 24, 25	シラバス参照	研究	ゼミ	児玉ゼミ	児玉	選択	選択	1	3	6

<開講期間の判例>
前　そのトライメスターの前半で実施予定
後　そのトライメスターの後半で実施予定
通　年間を通して毎週実施予定
通１　年間を通して月１回程度のペース（１２回程度）で実施予定
隔　指定されたトライメスターにて隔週ペースで実施予定
１～２第１トライメスター～第２トライメスターで毎週実施予定
２～３第２トライメスター～第３トライメスターで毎週実施予定
―　指定されたトライメスター内で毎週（１２回程度）実施予定

<注意>
・複数のトライメスターにまたがって実施する科目でもトライメスター間の休講期間は基本的に授業を行いません
・日程、教員、教室は変更になる場合があります
・各科目の詳細についてはシラバスにて確認してください。

資料１２　開館時間一覧

	月～金曜日	土曜日	日曜日
秋葉原メインキャンパス	10:00～23:30	10:00～21:00	10:00～18:00
セカンドキャンパス	10:00～21:00	10:00～18:00	閉館
サードキャンパス	10:00～21:00	10:00～18:00	閉館
八王子制作スタジオ	要事前予約	要事前予約	要事前予約
大阪サテライトキャンパス	10:00～22:00	10:00～22:00	10:00～22:00

資料１３　時間割

	１限	２限	３限	４限
月曜～金曜	19:00～21:00	21:15～23:15	―	―
土曜、日曜	10:00～12:00	13:00～15:00	15:30～17:30	18:00～20:00

※大阪サテライトキャンパスにおいては、月～金 19:00～21:00 の一限で行っております。また土曜、日曜及び一部の授業についてはこの限りではありません。

資料14　2007年度 成績表（例）

研究科	デジタルコンテンツ	専攻	デジタルコンテンツ
プログラム	ゼネラルプロデューサー	学年	2
氏名		学籍番号	
入学	2006年4月	修了	

区分	科目名称	単位	評価	取得単位	年度	実施期間
必修	コンテンツビジネスにおける著作権	1	A	1	06	1
	アクティブラーニング（学ぶ技術）	1	B	1	06	1-2
必選	WEBメディア論	1	A	1	06	1
	通信と放送の融合の中でのITビジネス論	2	A	2	06	1
	WEBプロデュース3（企画・営業）	2	C	2	06	2
	映画製作におけるファイナンスの実践的手法	1	A	1	06	3
選択	WEBコンテンツマネジメント演習	2	D	0	05	3
	WEBプロデュース1（制作）	2	A	2	06	1
	デジタルコンテンツ産業概論	2	B	2	06	1
	シネマ学	1	C	1	06	1
	コンテンツメディア・プロダクション	2	D	0	06	2
	児玉法務ゼミ(短期)	1	認	1	06	2
	次世代コミュニケーションビジネスにおける実践的ソリューションプランニング	1	認	1	06	2
	クロスメディア演習	2	A+	2	06	2
	アニメコンテンツマネジメント	2	D	0	06	3
	コンテンツプロデューサーの為の会計・税務	1	D	0	06	3
	モバイルビジネス実践	2	D	0	06	3
	デジタルコンテンツ技術変革論	2	A+	2	06	3
	映像監督のストーリー演習	2	C	2	07	1
	映画製作におけるファイナンスとリクープ	2	S	2	07	1
	インターネットマーケティングにおけるデータ分析基礎	1	A	1	07	1
	WEBプロデュースⅡ（システム）	2	D	0	07	1

区分	科目名称	単位	評価	取得単位	年度	実施期間
選択						

修得単位数	
必修科目（必修科目3科目4単位）	2
必修選択科目（必修選択科目から4科目4単位以上）	6
選択科目(必修選択科目として研究科目から2科目6単位以上)	16
合計（必要単位数40）	24

2007年8月28日作成

デジタルハリウッド大学大学院

資料15　履修条件一覧

科目名	履修条件
WEBプログラミング演習（PHP）	①HTMLタグの基礎を理解しており、メモ帳や秀丸などのテキストエディターを使って簡単なHTMLを編集することができること。 ②受講時にPC（OSはWindows2000またはXP）を持ち込めること ③新規フォルダーやファイルの作成、既存ファイルを開いて編集ができること。 ④c:¥windows などWindowsのディレクトリ表記が理解できていること。 ⑤持ち込んだ自分のPCを理解しており、ノートンセキュリティなどのセキュリティ機能を停止できること。 ⑥継続した内容の実習形式をとるため、可能な限り連続して参加できること。 ⑦これらを満たしているか確認するための実技試験を事前に受験し合格すること。
映像演出	Final Cut ProやPremire等の画像編集アプリケーションの基本的な使用方法を習得しているもの。もしくは、授業後半までにそのレベルのスキルを身につけると確約できるもの（授業時間外でレクチャーを行う予定）。
ビジネスモデル演習	実際にインターネット関連事業の事業計画書などを作成した人に限定する。場合によっては履修試験をする場合がある
コンテンツプロデューサーの為の会計・税務	受講にあたり、簿記検定3級レベルの知識が必須。
ITソリューション導入手法	WEBプロデュース2（システム）を履修のこと
WEBコンテンツ編集	Cafeglobe.comの中のいちコンテンツとして自分がやりたいものをA41枚にまとめておくこと。
モバイルビジネス実践	事業企画立案が可能なレベル。ウェブサイトの制作実務経験を有し、インターネットの基本的な知識があること。インターネットの出来る携帯電話を所有していること。
ベンチャーキャピタルビジネス論	起業、ベンチャーの経営を志すもの
インターネットビジネスコンサルティング	事業計画手法と、インターネットマーケティングを履修していること。または、これら科目の単位取得同等の知識を有すること
インターネットマーケティングにおけるアクセス解析実践	「インターネットマーケティングにおけるデータ分析基礎」を履修しているものノートPCを持参できるもの。
起業ゼミⅡ	(1)起業ゼミⅠを履修済であること。 (2)予め事業化アイデアを定型フォーマットに記載し提出すること (3)起業に対するコミットメントの強さ及び具体的なアイデアを持っているものを優先
特ゼミ	1年制のもの、及び担当教員による事前審査（詳細は第2トライメスター履修登録前に別途連絡）に合格した2年制で2年目以降を迎えたもの。
起業ゼミⅢ	(1)起業ゼミⅠ、Ⅱを履修済であること。 (2)予め事業化アイデアを定型フォーマットに記載し提出すること (3)起業に対するコミットメントの強さ及び具体的なアイデアを持っているものを優先
加藤ゼミ	キャラクターマーケティング履修のこと。
島田ゼミ	有価証券報告書に基づいて、次の経営データを作成しグラフ化をしてください。 ・企業名・・・・バンダイ・タカラ・任天堂・サンリオ・セガトイズ ・時期・・・・・・1996－2006年度の10年間 ・科目・・・・・・売上高・経常利益高・製商品棚卸高
山本ゼミ	「映像監督のストーリー演習」の履修は必須。 映像、ウェブ、CG、システム、マーケティング等の個別スキルの学習中であることが望ましい。
久里ゼミ	シネマ学を履修のこと。 映画制作に必要なあらゆる作業に、能動的に取り組む意思があること。
吉田ゼミ	コンテンツプロデューサー、ディレクターを志望する者で、コンテンツビジネステーマを保有している者。または、コンテンツ教育プログラムに興味がある者。事前審査有り。PPT1～3枚程度のヒット分析テーマを提出のこと。また、「ヒットコンテンツ事例研究」（05～06年度実施）を受講しなかったものは、本年度の「ヒットプロデュース能力開発演習」（07年度1T実施）の受講をマストとする。

資料１６　デジタルハリウッド大学院　院生起業実績

整理No.	ベンチャー名	設立年月		連絡先				主体となる人材(新規項目)1、教職員(研究職員・ポスドク含む)2、学生等(院生含む)3、その他4、不明	業種								分野									ベンチャーの現在の形態(2008年3月31日現在)											ベンチャーの形態の変化等							
									資料参照の上、該当箇所に「1」を記入(最も関連が深いもの1つのみ選択)								資料参照の上、該当箇所に「1」を記入(最も関連が深いもの1つのみ選択)									該当箇所に「1」、もしくは「2」を記入(1つのみ選択)											該当箇所に「1」を記入(複数選択可) ※特に変化等ない場合、「設立以降左記の変化なし」に「1」を記入							
		年(西暦)2008年3月31日以前	月	〒	住所	代表者氏名	電話番号(ない場合はE-mail)		水産・農林業	製造業	情報通信業	卸売り・小売業	医療業	福祉業	サービス業	その他	ライフサイエンス	情報通信	環境	ナノテクノロジー・材料	エネルギー	製造技術・ものづくり技術	社会基盤	フロンティア	その他	株式会社/有限会社	LLP	LLC	NPO法人	企業売却(全事業譲渡)/吸収合併	年(西暦)	月	清算・廃業・解散・休眠(1)/休業(2)	年(西暦)	月	その他(ベンチャーの形態を記入)	一部事業譲渡	年(西暦)	月	株式上場	年(西暦)	月	関係人材の異動・不明等	設立以降左記の変化なし
1	株式会社Hon'sペンギン	2004	7	990-0813	本社 山形県山形市桧町1-11-12 支店 東京都渋谷区渋谷2-7-14 中村ビル302	会田健一	03-5468-7003	1							1							1				1																		1
2	有限会社アルシノーバ	2005	4			進 麻衣子		1							1										1	1																	1	
3	株式会社濱櫻組	2005	5			小山桜		1							1										1	1																	1	
4	株式会社ヴァルフィッシュ	2005	6			(濱野智道)		1							1										1	1																	1	
5	株式会社デジタルツインターボ	2005	8	101-0047	東京都千代田区内神田１－１－５ ベンチャー・KANDA409	大川博保	03-6777-7320	1							1										1	1							1										1	
6	クラフトブリッジ株式会社	2005	6	103-0022	東京都中央区日本橋室町4-3-7	河口慶二郎	03-3231-0376	1							1		1									1																		1
7	ゼロ・イメージワークス株式会社	2006	4	101-0062	東京都千代田区神田駿河台2- 3DH2001Bldg.5F	船戸賢一	03-5281-8880	1							1										1	1							2										1	
8	ミレー株式会社	2001	9	289-2306	千葉県香取郡多古町十余三371-90	早川世治	0479-70-7572	1				1										1				1																		1
9	アライドアーキテクツ株式会社	2005	8	150-0012	東京都渋谷区広尾1-5-13	中村壮秀	03-5469-6222	1							1										1	1																		1
10	株式会社メルティングドッツ	2006	11	101-0061	東京都千代田区三崎町2-18-4 徳栄ビル6F	浅枝大志	03-5212-4884	1							1										1	1																		1
11	ワイズアップ株式会社	2007	7	197-0003	東京都福生市熊川1079-1	吉田真志	050-3022-7066 042-530-3136	1							1										1	1																		1
12	サイバーアドベンチャー株式会社	2007	1	116-0013	東京都荒川区西日暮里5-1-18 ソフィアビル3F	大槻透世二	03-6431-8275	1							1										1	1																		1
13	団塊サポート株式会社	2007	5	369-0203	埼玉県深谷市普済寺1347-9	萩原彰一	048-585-0275	1							1										1	1																		1
14	3Di 株式会社	2007	6	153-0051	東京都目黒区上目黒2-1-1 中目黒GTタワー20F	小池 聡	03-5725-4783	1							1										1	1																	1	
15	株式会社メモリス	2007	3	105-0021	東京都港区東新橋2-10-10 東新橋ビル2F-2	兪佳元	info@memoris.jp	1							1										1	1																	1	
16	株式会社AQAスタイル	2007	3	273-0048	千葉県船橋市丸山4-23-12	米原真人	047-439-4816	1							1										1	1																		1
17	株式会社レッドビジョン	2007	2	169-0075	東京都新宿区高田馬場4-17-15 トーヨービル804	河 東龍	03-6272-4740	1							1										1	1																		1
18	コスモボックス株式会社	2007	9	166-0012	東京都杉並区和田3-30-16 B-302	金和紀	問合せ先 http://cosmobox.sakura.ne.jp/contact	1							1										1	1																		1
19	有限会社Hot Store/有限責任事業組合Vanilla Man(起業	2006	3	162-0825	東京都新宿区神楽坂4-3煉瓦塔ビル5F	渡部智浩	03-5261-1671	1							1										1	1																		1
20	株式会社ディグアウト(起業)	2007	1	104-0031	東京都中央区京橋2-18-2 明海京橋ビル7F	服部 慶	03-3561-5663	1							1										1	1																		1

資料１７　単位取得及び修了率等

科目区分別の単位取得率および修了率（平成19年度第2トライメスター終了時）

基礎科目	実践基礎科目	応用展開先端科目	研究科目	修了者
82.6%	85.8%	86.1%	91.1%	62.5%

資料１８　　授業評価の流れ

本学では、各授業後にグループウェア（電子連絡掲示板）を使用し、学生からの授業評価を受け、授業の改善を図っております。

①【学生→教員】　「エヴァリエーションシート」の回答

本学院生は授業終了後48時間以内に、各授業毎に教務事務局から配信された授業評価エヴァリエーションシート（以降ES）」（図1）に回答しております。

〈図1　エヴァリエーションシート画面〉

［ES質問項目］

1）本日の授業の満足度はどのくらいですか？（5段階評価）

2）本日の授業の良かった点はどこですか？（フリーワード回答）

3）本日の授業の悪かった点はどこですか？（フリーワード回答）

4）悪かった点を記入された方は改善案をご提案下さい（フリーワード回答）

5）本日の授業のご感想をお書きください。（フリーワード回答）

②【教務事務】 結果の確認・集計

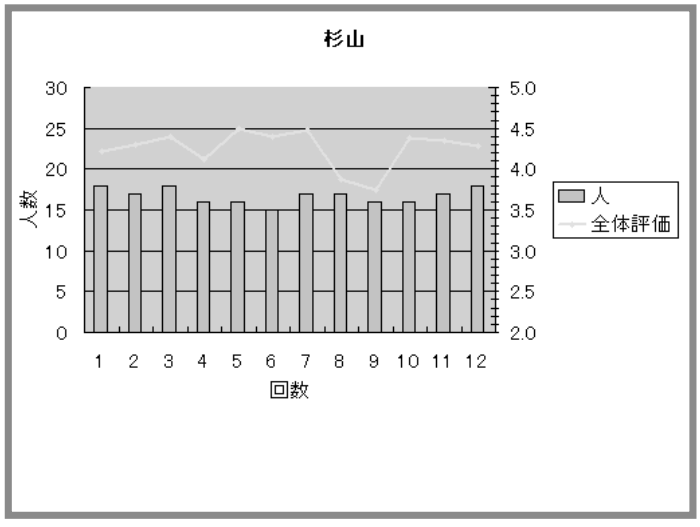
教務事務局は、その授業が行われた3日後にグループウェアの管理画面より学生が回答したESの結果を回収し、各授業ごとに集計します（図2参照）。
3日後としているのは、学生のES提出期限が授業終了後48時間以内となっている為です。
なお、下記画面では「氏名」欄が空欄となっておりますが、実際は記名式となっております。

〈図2　ES集計画面〉

2	氏名	満足度	良かった点	悪かった点	改善案	感想
1		とても良い	人間の知覚をどのように変換させて、デジタル化の記録を達成してきたのがよくわかりました。テクノロジーの進化が、今まで困難だった事を容易にし、それにより人々の価値感が変わりまし	特になし。		１つの課題に対し、皆それぞれ多様なアプローチの仕方があってとても興味深かった。
2		とても良い	一つの答えはなく、無限の答えを導き出してくれるので、発想力が上がる。	大阪の人の意見ももっと聞きたい。	もっと大阪も積極的に参加できる仕組みを作れば良い。	考えること・学ぶ事両方がバランスよく出来ているので、色々勉強になります。
3		良い	ライトの時間とテイクオフの時間が少し長く感じたが、三つの課題をひとつずつ確認していくと最終的なメッセージ、本日の課題が何がいいたいかということがわかる流れは非常によかった。また	生徒に与えられた時間が若干長いと感じたこと。今年の答えの発表の前に、昨年の意見を明かしてしまったこと。	先生のマルチメディア感などを取り交ぜつつ、ライトとテイクオフの時間と配分されるとよかったと思う。ただ、時代に個人のメディア感というのは、メディアそのものが大きく変化しているものな	インタラクティブという概念が生まれて実はたかだか20年ちょっとのことのに、ハードや人間の感覚、世間の常識は本当に大きく変わっているのかどうか疑問に感じました。もちろん、コミュニ
4		とても良い	状況別のミュージシャンのTAKE O&Fがとてもわかりやすかったです。			途中で睡魔に負けてしまって大変申し訳ありませんでした。体調・睡眠管理気を付けます....
5		良い	いろいろな例を使ってデジタルコンテンツや音楽の融合を考えさせられました。			コンピュータの歴史やこれから出てくるかもしれない新しいシステムの進化を見てみると、ここ数年の進化は本当に早いです。良いのシステムは無ましたが、これからはどうなるかは注目して
6		とても良い				何度かLifeをやった際に、多くの人の意見が聞けておもしろかったです。思いつきもしないような突飛なことが出てきたのも興味深かったですが、実際にビジネスとしてやったら当たる人にな

更に各回の満足度を、「とても良い（5点）」「良い（4点）」「普通（3点）」「あまり良くない（2点）」「良くない（1点）」の5段階で数値化し、各回ごとの推移を表すグラフ（図3）にすると同時に、ランキング（図4）化します。

〈図3　ES推移グラフ〉



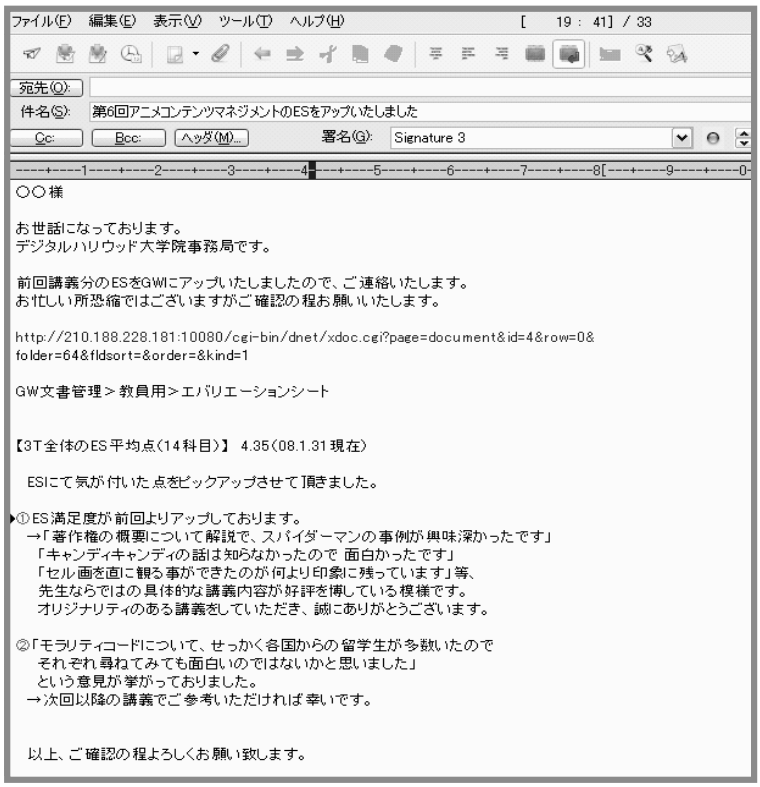
〈図4　ESランキング〉

	全体評価	順位
小倉2	**4.68**	**1**
小椋	**4.63**	**2**
生田	**4.62**	**3**
吉田(就)	4.61	4
山本	4.54	5
亀田	4.52	6
小倉	4.52	7
林	4.44	8
鈴木	4.27	9
杉山	4.25	10
衣袋	4.23	11
渋谷	4.14	12
加藤(洋)	4.09	13
三淵	4.03	14
齋藤・荻野	3.96	15
久里	3.80	16
全体平均	**4.33**	

③【教務事務局→ 教員】 集計結果の伝達および検証

図2、3の集計データはグループウェアにアップすると同時に、担当教員にメールにて（図5）告知されます。この際、学生からのコメントの抜粋や授業全体の平均点の記載することで教員への注意を喚起するとともに、授業全体の検証を行い、教員と教務が共同で授業改善に向けたアクションを起こします。

〈図5　教務事務局から教員へのメール例〉



ファイル(F)　編集(E)　表示(V)　ツール(T)　ヘルプ(H)　[　19：　41] / 33

宛先(O):

件名(S): 第6回アニメコンテンツマネジメントのESをアップいたしました

Cc:　Bcc:　ヘッダ(M)...　署名(G): Signature 3

○○様

お世話になっております。
デジタルハリウッド大学院事務局です。

前回講義分のESをGWにアップいたしましたので、ご連絡いたします。
お忙しい所恐縮ではございますがご確認の程お願いいたします。

http://210.188.228.181:10080/cgi-bin/dnet/xdoc.cgi?page=document&id=4&row=0&
folder=64&fldsort=&order=&kind=1

GW文書管理＞教員用＞エバリエーションシート

【3T全体のES平均点(14科目)】 4.35(08.1.31現在)

ESにて気が付いた点をピックアップさせて頂きました。

①ES満足度が前回よりアップしております。
→「著作権の概要について解説で、スパイダーマンの事例が興味深かったです」
「キャンディキャンディの話は知らなかったので 面白かったです」
「セル画を直に観る事ができたのが何より印象に残っています」等、
先生ならではの具体的な講義内容が好評を博している模様です。
オリジナリティのある講義をしていただき、誠にありがとうございます。

②「モラリティコードについて、せっかく各国からの留学生が多数いたので
それぞれ尋ねてみても面白いのではないかと思いました」
という意見が挙がっておりました。
→次回以降の講義でご参考いただければ幸いです。

以上、ご確認の程よろしくお願い致します。

＊参考　教員表彰

07年度第2トライメスター　ESランキング1位　川井拓也教授
クロスメディア演習

07年度第1トライメスター　ESランキング1位　小倉以索教授
デジタルグラフィックス表現演習Ⅱ（Maya）

これらの模様は下記ブログでも紹介しております。

学長ブログ　　http://www.sugiyama-style.tv/
事務局ブログ　http://www.dhw.weblogs.jp/gs/

デジタルハリウッド大学

教　員　研　修

2007/7/26（木）19:10-21:00　於ダイドーリミテッドビル PC-Room
秋葉原ダイビル Room5・6

本日のポイント

●「面」を変える
学生に集中させ、興味を失わせない為には、まず、新規性を打ち出す。
それに加えて重要なのが、「面」を変えること。
・例えば、学生に情報を提示する際にも、ただそれを読み上げるのではなく、クイズ形式にして、学生に考えさせる。
・『先生が説明』『個人で考えさせる』『グループワークをさせる』という面を変える作業を取り入れる。 など。

■教員研修の目的

教員の皆様に指導力向上の機会を提供し、デジタルハリウッド大学・大学院全体の教育効果を高める。

※ＦＤとは？
■Faculty Development
Faculty ＝ 教える立場にある人　教員、教職・員
Development ＝ 成長、発展

大学や大学院における教える立場にある人の、教える技術を成長させてゆく試み。日本ではここ数年で重要視されてきている（アメリカでは 20 年前より実施）。本学では開学当初より力を入れており、教員研修（年３回）の場で実施。

■教員研修の手法

■Teaching Sharing
教員の皆様に通常クラスのデモレッスンを指導していただき、指導法や指導内容を全体で共有化すること。

※本学の教員研修では
■Class Sharing
『発表教員がクラスデモ』（2 名）
↓
『発表教員が解説』
↓
『受講者全体で分析』

■本日の進行

1）ナビゲーター自己紹介
2）担当教員によるデモクラス（30 分）※他の参加教員が学生役となる。
3）参加者による感想：良い点・疑問点・改善案（5 分）
4）担当教員による内容解説（5 分）

５）担当教員による問題提起（5 分）
６）別の教員にて２～５の繰り返し

■ナビゲーター

羽根拓也教員
教育手法・最高責任者 CLO
（=Chief Learning Officer）

■デモクラス 1

担当教員：小松学史
担当科目：Web サイト構築実習（学部）
授業目的：Flash を使ったアニメーションの作成
授業方法：アニメーション完成までの手順を実際に実演。プロジェクターで映しながら、
学生にも作業をさせる。

＜授業開始＞

１）教員自己紹介、授業導入

PC にログイオンするための説明開始。
「まずはじめに『Alt』＋『Ctrl』＋『Delete』を押してください。」
「『Alt』＋『Ctrl』＋『Delete』です。」
「そうすると今度は ID と Password を求めてくるので・・・（画面の文字を拡大しながら）『dhguest』『dhtour』と入力してください。ID が『dhguest』Pass が『dhtour』です。」
（学生の状況を確認するため、少し間を空けて）
「まず『Alt』＋『Ctrl』＋『Delete』。その後、『dhguest』『dhtour』です。」
とポイントとなる箇所については、声のトーンを変えつつ、2 度 3 度と繰り返して説明。

※ＴＡを配置し、学生が作業をしていて不明な点があればサポートをする。

「今日は Web で使われている、Flash というソフトウェアについてデモンストレーションしていきます。」
※Flash とはどのようなものか、実際のネット映像を見せてイメージさせる。
※その後、PPT を使いながら『Flash とは』『Flash が使用されている環境』『Flash Player』『Flash Player の普及率』などについて説明。

■一般的な Web コンテンツ用 Flash 制作の流れ
・Flash ドキュメント（拡張子「.fla」）を作成します
↓
・コンテンツを作成します（今回は時間が限られているので、簡単なもの）
↓
・ブラウザで閲覧できる形式（拡張子「.swf」）に書き出します
↓
・テストしたのち、Web サーバーにアップロードします

○コンテンツ作成 → 書き出し
○ブラウザで閲覧 → 読み出し という 2 段階の手順を踏む。

【今日のゴールを説明】
Flash を使ってのデモ。簡単なアニメーション（コンテンツ）の作成。

2）実際に Flash を使いアニメーションの作成を開始。

※今回は Macromedia Flash 8　を使用
・前方画面上で作業手順を説明しながら生徒を誘導。
・使用目的等を考えながらの誘導。

Flash ドキュメントのインターフェイスを開き、作成開始。
・細かい作業手順の説明場面になったら、『画面拡大ツール』を使い、学生に何所をアピールしたいかを示しながら授業を進める。

「左上ツールボックスの上から 5 番目の「楕円ツール（○）を選択してください。」
「それでは、画面下のプロパティボックスから、○の『塗の色』と『エッジの色』を皆さん自由に選択してください。」

・繰り返し手順を説明。（ただし、機能等の説明や詳細については今回は割愛している旨説明。）
・作業と作業の間に少し時間を取り、学生の作業状況を確認。（TA のサポート時間を作る。）

「これから『○』や『□』といった簡単な図形を作ってもらいます。」
「作業の手順としては、マウスの『プレス』→『ドラッグ』→『リリース』の 3 ステップで作成可能です。」

↓　ステージの左上に『○』を書く

「では簡単なアニメーションを作っていきます。」
「アニメーションを作る際には『時間による絵の変化』が必要になってきます。」
「画面上のタイムラインというパネルは、いわばシナリオで『各時間における絵の情報を管理』するもの。他のツールにはあまりないもの。」

↓　『レイヤー１』の『20 フレーム目』で右クリック。
↓　『空白のキーフレームの挿入』を選択。

「そうすると、絵が消えます。これは○が消えたのではなく、『20』という時間に、新たな時間を設定したということです。つまり、この『20』という時間にはまだ絵が無いということです。」
「ここで『20』という時間に変化をもたらしたいと思います。」
「左上ツールボックスから『□』を選択してください。」
「書き方はさっきと同じ、『プレス』→『ドラッグ』→『リリース』の 3 ステップで作成します。」

↓　ステージの右下に『□』を書く
「現状では、2 コマのアニメーションでしかない。最初『○』だったものが、いきなり

『□』に変わるというものです。」
「Flash の『トゥイーン』という機能で『あいだ』を Flash に作らせます。」
「『1』と『20』という時間の間を選択します。画面左下の『トゥイーン』を『なし』から『シェイプ』にしてください。」

※『○』から『□』へと滑らかに変化していくアニメーションが完成。

※学生たちから「出来た。出来た！」と声が上がる。
※作業の進んでいない学生のために時間を取りつつ、TA がサポート。

「これで簡単ではありますが、『コンテンツ』ができたと仮定します。」
「しかし、これはあくまで編集用のファイルなので、保存して閲覧出来るモノにしなくてはならない。」
「保存場所は、既に皆さんの PC に配ってあります。」
「『My コンピュータ』の『ローカルディスク F』を確認してください。」
「その中に『教員研修デモ』というフォルダがありますので開いてください。」
「『00firststep』というフォルダを開いてください。」
「それでは、ファイル名を『start』（何でも良いですが。と言いながら）とします。」
「拡張子は Win が付けてくれます。」

↓　保存完了

※授業開始時に説明した、PPT の「一般的な Web コンテンツ用 Flash 制作の流れ」を再度画面に映し、現在までの進行度合いを確認。

↓　書き出し処理

・「『ファイルメニュー』から『パブリッシュ』を選択。」
・「もしくは『制御メニュー』の『ムービープレビュー』を選択。これは、『確認』をしながら『書き出し』が一度に出来る。仕事での作業では、これで確認をしながら、問題がなければアップロードするということを行う。」

↓
書き出し完了

※研修時間の関係から、学生の作業はここで終了。

※この技術を応用した、より複雑で印象的なアニメーションの作成デモを行った。

（授業終了）

＜良かった点、疑問点、改善案の検討＞

（隣の方と今の授業についてディスカッション）（2～3 分）

■良かった点

・シンプルなもので説明していただけた。

・これだけの大人数で、学生によっては習熟度に差が出てくると思うが、ＴＡがサポートしてくれたのが良かった。

羽根：ご存じの方もいると思うが、実習系のクラスでは、Teaching Assistant（TA）がいて、授業をサポートしている。

■疑問に思ったこと

・初めて聞く言葉（専門用語）が出ると、ついていくのが難しい。

・ＰＣの超初心者には難しいかも。

小松：実際の授業では、Web 実習 2 の学生を対象としている。

・本日の達成（成果）目標を明確にしていただけると、現在の自分の作業がどの程度の位置にあるのかが分かって良い。先が分からないと不安になる。

羽根：授業のはじめに若干説明はいただいたが、不安感をどう無くしていくかということが今日のポイントになってくるかもしれない。

■小松先生から授業作りのポイント説明

・実習に際して工夫している点

１．ファイル名・フォルダ名の規則性を持たせている。（フォルダに番号を付けるなど。）そうすることにより、今後の方向性・学習性がわかる。（毎回、『finished』という完成物を作成しておく。そうすることにより、今日は何をするのか、フォルダの中で把握できるようにしている。）

・学生が次に開くファイル（または保存するファイル）名が想像がつく。

・完成形のデータもつけておくと、次に何を作るのか目標が解りやすくなる。

・授業後、再度学習する際にも、ファイルを順を追って確認することができる。

・講師も教える内容に漏れがなくなる。

２．理解の早い学生を、なるべく暇にさせないようにする。

・授業内で行わせる課題に難易度の違うものを提示する。

・例として、初級・中級・上級など、ランクを設けて課題を出す。

→理解の早い学生は、周りと競ってより多くのことをやろうと試みてくれる

→理解の遅い学生に対しては、一つでも課題をクリアできることで自信を喪失させないようにする。

→結果としてステップを踏んだ学習ができれば

羽根：ご自身のクラスで理解の異なる学生たちに教える際の工夫にどのようなものがあるか、隣の方と相談。（1~2 分）

→最初にベーシックなことは行うが、途中から、習熟度のカテゴリー別に課題を

提示することにより、全体が同じペースで進行していける。

→授業では理解の遅い学生に合わせた課題を行い、やる気を無くさせないようにしている。理解の早い学生には、宿題を出すとともに、授業内で先生のサポート役になってもらう。

羽根：理解の早い学生は、直ぐに飽きてしまう。新規性のある情報を出すと共に、面を変えていくことも必要。以前の研修会で小倉先生が行っていたが、授業内で課題をこなしている最中に、わざと作業を止めさせて、違うことを考えさせるようなことをさせる。私のクラスでも、途中でクイズを入れたりして飽きさせない工夫をしている。

今回、小松先生が Flash のパーセンテージのお話をされていたが、あそこで、「どのくらい使われているか、ちょっと周りの人と考えてみてください。」とさせると、よりインタラクティブになってよかった。

3．技術的に理解が難しいところはステップを踏ませるような教材を作成する。

例）1．基礎の要素しか入っていないシンプルな教材

2．やや内容を複雑にして、応用を利かせた教材

3．実践で使えるような教材　　とステップを踏む

4．その他

・声の抑揚をつけ理解しやすいようにする。

羽根：これは重要なこと。私もアメリカでトレーニングを受けた。

・繰り返す

・専門用語には補足を（使うときは 1 つまで。２つ続けると関連性が無くなる。）

・間違いを教える（先に）

・足元を見られないように（常に最新の情報を仕入れ、学生の見本たるべき。）

■悩んでいること・改善していきたいこと

小松：学生が能動的に受講できるような工夫をしていきたい。

羽根：学生が能動的に受講できるような工夫はあるか。（隣の方をディスカッション）

・学生にプレゼンさせる時間をもたせる。

・授業を受けてきた知識を使い、最後に成果物を提出させる。

今回のポイント

- **学生の習熟度に応じた課題**
  習熟度に差が出てきてしまった場合、レベルに応じた課題を提示することにより、全体が同じペースで進行していける。
- **規則性を持たせたファイル名**
  授業進行度合の把握が可能になり、授業内容のもれも防止できる。
- **声の抑揚**
  説明時は声の抑揚をつける。理解しやすいように。

（デモクラス１終了）

■デモクラス２

担当教員：海老根智仁
担当科目：事業計画書（大学院）
授業目的：授業計画書の書き方（講義２回目を想定）
授業方法：PPT を使った講義形式。

＜授業開始＞

１）教員自己紹介、授業導入

簡単に教員の自己紹介。（ちょっとした冗談で学生を笑わせながら進行）
「みなさん、こんばんは！」
学生：「こんばんは。」
「ちょっと、声が小さいですね。こんばんは！」
学生：「こんばんは。（大きな声）」

※教室前方の空いているスペースを歩きながら講義。
※マイクを使わず、大きな声で講義を進める。

■　最初に「本日のゴール」を明示。
「来週からネットビジネスに関する事業計画に取り組んでもらいますが、みなさん、まだまだその構造に慣れていない面もあると思うので、今日は誰もが知っているお店や企業の事例を提示して構造を理解してもらいます。」

２）PPT を使いながら授業を開始。

「事業計画書を書いたことある人。（挙手してもらう。）」
（数名の学生が手を挙げる。）
「どの辺がポイントだと思いますか。」
学生：「シュミレーションを行うこと。」
「そうですね。先週やったところですね。」

（先週説明した『事業計画書の基本構造（頁の構成）』を映しながら復習）

■　事業計画書の基本構造（頁の構成）
経営理念：会社設立の大きな理由（経営者の想い）
↓
経営ビジョン：経営者が考える方向性
↓
環境分析：外部／内部　環境分析
↓
企業戦略：事業ドメイン、成長・競争戦略等

↓

シュミレーション：中期／短期　利益計画

「先週説明した、『事業計画書の基本構造』について、来週以降、実際に計画書を書いていただく訳ですが、今日は、簡単な事例からこの構造を理解していただくと共に、戦略の入り口の『事業ドメイン』について良く理解していただきます。」
「他にもいろいろあると思うが、この構造が私の一番提唱する計画書の頁の構成になります。」

※続いて、上記基本構造の『理念』『ビジョン』『環境分析』について簡単に復習。

「環境分析をする理由は、『思いだけでは会社は成り立たない。』から。」
「だから、環境分析の目的は『環境適合』です。」
「ここ！メモるところです。」（ポイントを強調。）

「環境を分析したら、今度は『事業ドメインの設定』（＝事業領域）になります。」
「この文をみなさん読んでください。」

※PPT の文書を学生に読ませる。（先生が先に読まない）
※一箇所に立ち止まらず、常に動きながら説明。

「読んでみても、難しくて解らないですね。」
「では説明していきましょう。」

■　事業ドメインの 3 基軸【重要】
・顧客層
・顧客ニーズ
・独自能力（自社の強み）

「ただ、正解はない。倒産してしまう企業もある。」
「予期せぬ問題にあたったら、環境分析に立ち返ることが必要。」

※先週の事例を活用して説明。
『和菓子屋の事例』：ホワイトボードに和菓子屋の立地を図示しながら環境説明。
↓
・事業ドメイン
顧客：主婦（固定客）
ニーズ：値段より味にこだわり
強み（独自性）：厳選素材・手作り
※まとめ：主婦のこだわりニーズを満たす
厳選素材の手作り店

※最初は上記ドメインを講師が提示・解説。

※次の事例（例題）を出し、時間を与えて学生個人に考えさせる。（その際もヒントを提示。）

例題：『セブンイレブンが流行ったころの事業ドメイン』

・事業ドメイン　顧客：独身（男性）　→　ヒントとして、先生が提示。
その他を学生個人に考えさせる。

↓

※次に、同じテーマで周りの人たち（４～５人）とグループになり、考えさせ、回答例を出させる。

「もちろん、事業ドメインに正解はありません。経営者が 10 人いれば、十人十色。」
「なので、私の授業で目指すところは、『書けるようになる。』『矛盾なく、合理的に作成できるか。』が授業のポイントになってくる。」

○学生発表

ニーズ：品揃え（なんでもそろっている）
強み（独自性）：いつでも開いている
※まとめ：独身（男性）の冷蔵庫

※学生に発表させた後、先生が回答例を提示。

○先生の回答例

ニーズ：時間的・距離的利便性
強み（独自性）：生活必需品店
※まとめ：独身（男性）の時間的・距離的な便利性を追求する生活必需品店

■　来週からの展開

「今日は、誰もが知っている事例を 2 つ使い、１つは私が、もう 1 つはみなさんに考えていただいた。」
「これで、慣れたと思いますので、来週からは、本丸の『ネットビジネスの事業計画』を考えていただく授業に入ります。」

■　本日のまとめ

・企業は『思い』だけでは成立しない。環境に適応し、事業領域を定めること。
・『事業ドメインの策定』は戦略の基本と言って良い。
・『顧客』『顧客ニーズ』『強み（独自性）』を設定することが、重要である。

「本日の授業は以上です。ありがとうございました。」

（授業終了）

＜良かった点、疑問点、改善案の検討＞

（隣の方と今の授業についてディスカッション）（2～3 分）

■良かった点

・メリハリがあって良かった。
・学生参加型の授業。
羽根：そうですね。先ほどの授業でも出ましたが、能動的に授業を進められていましたね。
・事例のピックアップが良い。

■疑問に思ったこと
・大学院の授業では学生個人に考えさせるだけでなく、グループワークにすることは多いのか。
海老根：毎回やっています。
羽根：大学院の最初の授業で『アクティブラーニング』という授業があります。最初の一日でワーク漬けにして「そういう大学院なんだ。」と思わせている。大学生でもそうしている。先生方が、ご自分の授業で「グループワークをします。」と言ってもスムーズに進められ、入っていけると思います。
・大阪で事業計画の授業を行っている。紋切り型にせず、正解がないものなので、あえて常にクエスチョン状態にさせている。
海老根：正解はないが、正解は絞れると思う。同じ業種でも経営者が違えば事業計画書は異なってくるので、とにかく事例を多く用意している。

■海老根先生から授業作りのポイント説明
・難しい理論は、『誰でも知っている』事例で紹介する。
・上記を覚えさせる為、双方向の形式も取り入れる。（2 階建て構造）
・必ず自分で考えさせる時間をつくる。（自分で考えさせてから、ワークショップを行う。）
・今日のゴールを提示。
・動きながら授業を行う。発表者に寄る。
・言葉に起伏を持たせる。
羽根：120 分の授業で『先生が説明』『個人で考えさせる』『グループワークをさせる』という面を変える作業をされている。先生が解説される合間にも、教室を動き回り、時に冗談を、時に真剣に話をするという、さらに面を変えて変化をつけている。それが全体的に構造的になっていると素晴らしいものになる。

■悩んでいること・改善していきたいこと
海老根：１．ベースの知識が違う。（例えば、検索エンジン広告を知っている人、知らない人）
そういった際には、自分の著書を提示し、「読んできてください」と言うしかない。
２．席が固定化し、グループワークをさせても勝つチームがいつも同じ。（優秀な学生のいるグループが常勝する。）そのことにより、成績に影響が出

ないようにはしている。

3．出席率を評価の半分の重みにすると、D 判定の人が２５%前後になり（多すぎる)、いつも繰り上げ作業をしている。この繰り上げ作業においては、後付で「積極度／点」などの項目をつくり、繰り上げを試みるが、そもそも出席率が低い人は、顔も名前も覚えていないし、積極性もない。

4・テストをすると嫌がる（もしくは評判が悪い）ので、テストを実施することは諦めた。

羽根：『2』について他の先生方の授業での状況はどうか相談（1~2 分）

・優秀な学生に審判（もしくは MC）にさせる。
・学生にその日ごとに番号をつけ、組み合わせを変える。グループ内での役割も変える。
海老根：大学院では、反感を買うかもしれないが、それをやるしかないと思ってる。
・机を取り払い、椅子だけにする。そうすることによりレイアウトを変え易くする。(授業形態によるかもしれないが。)
海老根：自分の会社での場合だが、会議が沈滞するとき、くじ引きで席を決めている。
羽根：島をいくつか作り、席を順次異なる島へシャッフルしていく。机を取り払うとか、シャッフルを前提とした授業作りをすると固定化がなくなり良い。

今回のポイント

- **“面”を変化させる**
  「先生が説明」「個人で考える」「グループで話し合う」の 3 つの面で授業を進行。変化をもたせることにより学生を飽きさせない授業に。
- **動きを持たせる**
  面を変化させつつ、先生自身も教室内を歩き回ったり、説明に抑揚を持たせることで変化をつけ学生に緊張感をも持たせている。
- **ゴール設定の明示**
  授業冒頭にゴール設定をすることでクラス全体の授業の方向性に関するコンセンサスがとれる。

（デモクラス２終了）

≪小松先生・海老根先生の授業に対して、アンケート≫

羽根：今回のアンケート等も非常に有用なもの。是非ご協力いただきたい。

■次回教員研修

・次回の教員研修、11 月 14 日（水）
羽根：是非とも次回もご参加いただきたい。

（教員研修終了）

以上

デジタルハリウッド大学

教　員　研　修

2007/11/13（火）19:10-21:30　秋葉原ダイビル Room5-6

本日のポイント

- 南雲教員　～大事なのは『ライブ感』～
  - 全ての履修生の作品を授業内で講評！
- 亀田教員　～とにかく印象に残る授業資料～
  - 写真や数字を多用することで強い印象付けを！

■教員研修の目的

教員の皆様に指導力向上の機会を提供し、デジタルハリウッド大学・大学院全体の教育効果を高める。

※ＦＤとは？

■Faculty Development

Faculty ＝ 教える立場にある人　教員、教職・員

Development ＝ 成長、発展

大学や大学院における教える立場にある人の、教える技術を成長させてゆく試み。

■教員研修の手法

■Teaching Sharing

教員の皆様に通常クラスのデモレッスンを指導していただき、指導法や指導内容を全体で共有化すること。

※本学教員研修では

■Class Sharing

『発表教員がクラスデモ』（2 名）

↓

『発表教員が解説』

↓

『受講者全体で分析』

■本日の進行

1）ナビゲーター自己紹介

2）担当教員によるデモクラス　※他の参加教員が学生役となる。
3）参加者による感想：良い点・疑問点・改善案
4）担当教員による内容解説
5）別の教員にて 2～5 の繰り返し

■ナビゲーター

羽根拓也教員
教育手法・最高責任者 CLO
（=Chief Learning Officer）

■参加教員

松崎、マイケル、李、川越、南雲、榊原、富田、レイチェル、栗谷、久保、亀田、荻野、鈴木、二階堂、川原、品田、香田、福井、杉山、櫻井、羽根、畑中、吉田、小倉
（順不同・敬称略）

■デモクラス 1

担当教員:南雲治嘉
担当科目：発想概論（大学）
授業目的：アイデアを生み出す柔軟な発想力を身につけるトレーニング
授業方法：受講生のワーク中心。そして書画カメラを使った作品の評論。

＜授業開始＞

授業を始めるにあたり、受講生と約束をかわす。
「俺は最高の教員になる！だからおまえらは最高の生徒になれ！ここで会ったのも何かの縁。出会ったからには一生付き合う気で休まず出席してほしい」という願いを宣言。

【授業のねらい】

1.発想できる頭になる（ストレッチ）
2.発想できる方法論

本日は「1」のストレッチを行う。

■授業の流れ

①ストレッチとは？

↓

②（普段の大学授業と同じ）テーマ出題

↓

③テーマから出題される質問に受講教員が各々解答する

↓

④それぞれに対しての評論

↓

⑤総括

①ストレッチとは？

既成概念に囚われず自由で新しい発想が出来る頭にすること。

その為には、

・ 疑問質問はその場で即聞く！
・ 頭にある記憶を引き出せる柔軟さを養う＝発想力
・ いい作品はパクる！（この教室内であればおおいに可能）

②テーマ出題

物語形式の質問を投げかける。

物語テーマ『もらった種』

あなたはいま、瀕死の状態でふらふら歩いています。持っている水筒には、ほんの少しの水しか残っていません。
しばらく行くとひとりの老人に会い、こう言われました。「水をくれんか・・・」
水筒の残りはあとわずか。ここであげれば水筒は空になってしまいますが、あなたは残りの水を与えました。
水を飲み干した老人からは、お礼に『種』を貰いました。種を貰ったものの、育てるための水もなにもありません・・・

■ここで問題

南雲教員「あなたのもらった種はどんな種ですか？描いてください」
（数分のワーキング時間を設ける。受講者全員に紙とペンを渡し描いていただく。）

③受講教員の解答

南雲教員「次の問題です！その種を握っていると、ふらふらだったあなたの気持ちに変化が･･･。なんだか生きる気持ちになってきました。
その気持ちにしたがい、あなたは努力に努力を重ね、やがてその種からは鮮やかな花が咲きました。
さて、それはどんな花ですか？咲かせてみてください。」

（数分のワーキング時間を設ける。）

南雲教員「さらに問題です！！「咲かせたその花はあなたの『夢』の象徴です。
ではその夢とはなんですか？文字で書いてください。」

（数分のワーキング時間を設ける。）

④それぞれに対しての評論

～なぜ文字を書かせるのか？～

それは、われわれの世界ではあらゆる表現手法があるが、基本的な手法は『絵』と『文字』であり、その両方があってこそ具体的な表現となるからである。

全員が書き終わると事務局スタッフで回収し南雲先生へ渡す。

この解答から以下の 2 つがわかる。

・深層心理
・造詣心理

富田教員の解答作品

■種：台形型の種
これに対しての評論：比較的ありがちな形。つまり既成概念に囚われ易い。

■花と文字：「広くて高いスペース」との記入
これに対しての評論：これは自分の住んでいる生活環境をあらわしている。
自分の中にあるものを発散したという願望のあらわれ。

李教員の解答作品

■種：星型
これに対しての評論：一般的に非常識で他人われ関せずな人柄であるが、
星型ということで、本人自身が輝いているあらわれ。

■花：大きい星型（鉢植え付き）
これに対しての評論：種との連動性があり、成長の過程がしっかり組まれている。
また、鉢植えまで描いていることから、客観性を持っていることがわかる。

以降、出席した各教員一人ひとりの作品を評論していく。

⑤統括

南雲教員「普段では見られない潜在的なものを見ることが出来た。
しかし、生徒はもっと面白いものを描いていた。
もっと柔軟性をつけましょう。
そしてそれを養う為にもっと南雲先生の授業を受けましょう！（笑）
どうもありがとうございました。」

（模擬授業 終了）

＜良かった点、疑問点、改善案の検討＞
数分のディスカッションを設ける。

【良かった点】
■畑中教員
「ずっとインタラクティブだった。」
■杉山教員
「大げさだけれども引き込まれる。」
■松崎教員
「学生への愛情が感じられる。」
※南雲教員「生徒の良いところを必ず見つけ褒めることを心掛けている。」

【疑問点】
■二階堂教員
「みんなで共有しあうことで自分に無い発想を得ることが目的なのか？」
⇒南雲教員「はい。わたしは全生徒の作品を見ます。
よくみると皆バラバラの発想を持っている。（かぶっていない）
つまりみな個性があるということです。
提出作品はその証明にもなるのです。」

「かなり褒めたり貶したり突っ込んでいる。そのバランスはどう考えているか。
⇒南雲教員「どこまで生徒と認め合えるか。まずは、自分の努力の証（作品）を
見せることで、それを証明とし信頼を得る。そうすれば何を言っても
大抵大丈夫。また、授業の初回では自分の内面（奥様の写真）

を見せる。自分の生活を見せると学生は受け入れてくれる。」

■杉山教員
「理想のクラス人数は？」
⇒南雲教員「実技を入れたいので 60 名くらい。」

◇羽根教員
「ここで受講教員皆さんに問題です。南雲先生は授業に『こだわり』をもってらっしゃいます。さて、それはいったいなんでしょうか。」
（品田教員を指名）

■品田教員
「学生への信頼。情熱。パッション。愛情。」
⇒南雲教員「ライブ感覚です。座らず体を動かしリアル感を出す！
その学生の限界はどこなのか。それ以上のものを要求すると向上しないので、とにかく探る。そして細かく評価する。能力を上げるために、例えば宿題であれば、今の評価より下のレベルは取らないように促す。
なぜなら、その人の基準はその人が前回得た評価になるから。」

◇羽根教員
「このやり方をとった場合、学生によっては負荷を与えすぎてしまわないか、という心配があるのではないかと思います。こちらについて皆さんで考察してみましょう。」

■荻野教員
「その瞬間で受け止め方が違う。もし来なくなる生徒がいるようであれば、その理由をまわりの学生に聞いてみてはどうか。」

■櫻井教員
「日本語文章を書く能力とは、はじめからある程度決まっているので、それ以上を望んでも無理な場合がある。そこで悪い人の評価をすると落ち込んでしまう可能性があるので、良い人の評価のみをして、良い例の提示をしてみてはどうか。」

■羽根教員
「面を変えたチャンスをあげるのも手だと思います。いろいろな素材でやらせみてはどうか。」

◇南雲教員
「学生からの質問や要望には出来るだけ多く答えたい。
そのためにもわたしは『質問や要望はその場で聞け！』ということをこれからも進めていきます。」

◇羽根教員
「南雲先生、どうもありがとうございました。」

南雲教員のデモ講義終了

■デモクラス２

続いて、亀田教員のデモ講義開始
担当教員：亀田卓
担当科目：映画製作におけるファイナンスとリクープ（大学院）
授業目的：映画ビジネスの仕組みや資金調達のスキームを理解する
授業方法：実務経験を元に、パワーポイントやビデオ・Web 素材を使った講義

＜授業開始＞

【授業のねらい】
1.あくまで皆をプロデューサーに育てるという意向で行う。
2.ファイナンスのテクニックを教えるのではない。
その人物を知りファイナンスをしないと成功はしない。
3.投資家にお金を出したくなる気持ちにさせる！
そのための『共通言語』を取得する。

■授業の流れ
①自己紹介
↓
②パワーポイントを使い経験談をメインに講義
↓
③過去事例のビデオ鑑賞
↓
④さらに経験談を掘り下げ具体性を持たせる。

①□ 己紹介
大学を卒業後、大手広告代理店に入社。テレビ局担当として 13 年間勤務。その後営業部に移ったものの結局テレビの仕事に携わる。入社 16 年目に大手金融機関の担当になる。予備知識が無い為新聞を読むが変化無し、専門学校に通う。
現在は、エンタテインメント関連の業務を担当している。

②講義
長年続けたテレビの知識と、専門学校で得た金融の知識が繋がったことでひとつの案が生まれた。
～「金融のテクニックを使えばタレントも金融商品になりうる」～
つまり、将来のキャッシュフローが見込めれば全て商品化出来る。
理論上、ビジネスは基本的に全て商品化出来る。

■投資家について

大きく分けて、『個人投資家』と『機関（企業）投資家』の 2 種類に分かれる。

■エンタテインメント人と金融人の作品に対する考え方の違い

係わる作品に対しての『思い入れ』が一番違う。

■この 2 業界が組むことでのメリット

＊エンタテインメント業界（製作者側）:

・前金がいらない（前払い金の調達ができる）

・リスク分散

＊金融業界（投資家側）

・超低金利（例：0.01%）

・分かりにくい投資商品ばかりがある中で大変分かりやすい商品なる。

・パトロネージュの気分になる。

・（チケットを持つ優越感などの）おまけがある。

→投資自体が楽しい！

③ビデオ鑑賞

・ベビーフェイスのコンサートを証券化で開催したときの投資家コメント

「投資という新しい形でスタッフとして参加したような感覚になれて良かった。」

・中国雑技団公演の携わった投資家コメント

「今までは見る側だったかが、自分の興味あるものに気軽に参加できるようになった。」

④再び講義再開

■エンタテインメント業界と金融業界とのギャップ

・知識＝言葉、が通じない（話が噛みあわない）

・価値観が違う

例 1）

お金をよく使うことについて

→エンタメ人:あまりこだわらない(ケチる方がお金に汚いと思いやすい)

→金融人：お金にルーズと思いやすい

例 2）

→エンタメ人：義理人情を重んじる

→金融人：私情をビジネスに持ち込むなと考える

例 3）

→エンタメ人：狭い世界で限られた人数である

→金融人：オープンな人材募集をしている（誰でも参加できる）

※しかしこの違いにビジネスチャンスがある！

そのためには、双方がリスペクトし優秀な通訳が必要。
■エンタテインメントへの投資は目利きが最大のポイント
→人の心を扱うから。

■亀田教員の考え方を受講生に知ってもらう
大手広告代理店が出資した映画作品紹介
・作品 A
・作品 B
・作品 C

◇亀田教員「この 3 つの作品を観た方に質問します。どの作品を一番評価しますか？
ちなみに正解というのはありません。」

亀田教員より品田教員を指名。
品田教員
「作品 C。理由は売上げが一番良さそうだから。」
亀田教員
「よくご存知ですね。ですがわたしは作品 B を評価します。その理由ですが、この作品は少ない制作費である程度の利益を上げているから。」
（投資家はその作品が当たるかではなくいくら儲けるか、を常に気にするものである。）

質問は ES かメールで受け付け、次回の講義でフィードバックする。

（模擬授業　終了）

＜良かった点、疑問点、改善案の検討＞
数分のディスカッションを設ける。

■久保教員
「途中から参加したが、ビジネスの話にもかかわらずわかりやすかった」

■南雲教員
「わかりやすい口調。自分の評価を他人言わせているので説得力がある。」
⇒亀田教員
「パワーポイントは読ませるものでなく、印象に残るよう作っている。

そして他の素材（ビデオやWEBなど）も用意する。
また、パワーポイントは事前配布しない。それは『見た気』にさせない為。
実務家教員としての一番の強みである経験談を織り交ぜることを心掛けている。」

【疑問点】

（数分のディスカッションを設ける。）

■福井教員

「パワーポイントプレゼンがシンプルで分かりやすいが、エンタテインメントの豪華さと相反しているそのギャップについていかがか。」

⇒亀田教員

「伝えたいことを明確にするため。なにより印象に残すことを目的としている。」

■榊原教員

「大学生相手だと“面白かった”で終わってしまう可能性がある。その場合『ビジネス』をどう意識させるか。」

⇒亀田教員

「具体例をたくさん入れる。例えば住宅ローンなど身近なものなど。」

■小倉教員

「最終課題・試験はどうしているのか。」

⇒亀田教員

「次の3つのテーマから1つを選択しレポートを出してもらう。

1.コンテンツとファイナンスについて
2.自分のやりたいプロジェクトについて
3.過去5年間で一番辛かったこと」

■マイケル教員

「考えさせる質問が少ない気がした。」

⇒亀田教員

「通常だと1回の講義で4つくらいの質問をしているが、金融・ファイナンスのことを教え込まなければならない部分が多いので、これが限界ライン。」

■杉山教員

「目利きになれるまでを教えているか。」

⇒亀田教員

「それは経験を積まないと得られないものだが、そのきっかけを与えたり、方向性を示すことはできる。」

◇羽根教員
「亀田教員、どうもありがとうございました。」

亀田教員のデモ講義終了
南雲・亀田両教員の講義についてのアンケートを各教員に配布。記入をお願いした。

次回教員研修：来年 3 月を予定。

■次回教員研修

・自ら担当する講義を客観視出来るという意味でも是非参加していただきたい。
・次回は ES（エヴァリエーションシート）についての話し合いもする。
・そこで結論が出れば翌 4 月からの導入も考えている。
・こんなに面白い教員が揃った学校は他にない。是非次回も協力を。

教員研修終了

以上

デジタルハリウッド大学・大学院

教　員　研　修

2008/3/6（木）19:30-21:40　於ダイビルビル Room5・6

本日のポイント	●ヒットプロデューサーになるための能力とは！？ 『5up1down』 ・ストレス対処（upさせる） ・ノン・バーバルスキル（upさせる） ・対人問題解決力（upさせる） ・情緒的感受性（upさせる） ・状況モニタリング（upさせる） ・感情的被影響性（downさせる） これらを自らが考え･感じ･ワープさせること！

■ナビゲーター

羽根拓也教員
教育手法・最高責任者 CLO
（=Chief Learning Officer）

■参加教員

杉山、藤本、松崎、大石、マイケル、李、小菅、佐藤、長田、南雲、羽根、栗谷、藤巻、江幡、小倉、久里、山本（浩）、吉田、エイドリアン、ジョセフ、久保、出淵、藤井、レジナルド、野口、アダム、ジェイミー、田辺、二階堂、衣袋、亀田、齋藤、小田、三浦、渡辺、塩見、栩木、荻野、西尾、福井、咲本、川井、山本（和）、鈴木、高橋
（順不同・敬称略）

■本日の進行

1）ナビゲーター自己紹介
2）グループ内での自己紹介
3）FD 委員会活動紹介
4）担当教員によるデモクラス　※他の参加教員が学生役となる。
5）参加者による感想：良い点・疑問点・改善案
6）担当教員による内容解説

■教員研修の目的

教員の皆様に指導力向上の機会を提供し、デジタルハリウッド大学・大学院全体の教育効果を高める。

※ＦＤとは？
■Faculty Development
Faculty ＝ 教える立場にある人　教員、教職・員
Development ＝ 成長、発展

大学や大学院における教える立場にある人の、教える技術を成長させてゆく試み。
文部科学省からも強い指導要望が来ている。

■教員研修の手法

■Teaching Sharing
教員の皆様に通常クラスのデモレッスンを指導していただき、指導法や指導内容を全体で共有化すること。

※本学教員研修では
■Class Sharing
『発表教員がクラスデモ』
↓
『発表教員が解説』
↓
『受講者全体で分析』

■グループ内自己紹介

4 人 1 組に分かれ座る。そのグループごとに担当科目や現在の職業などについて、軽く自己紹介をし合う。

■FD 委員会活動紹介

委員会を立ち上げ、大学・大学院が向かう方向性とは、その教授法とは、について論議した。

1.デジハリのミッションを言語化する。
「Re・Design」、「デジタルフルワールド」など多くの候補が上がった。
結論として「すべてをエンターテイメントにせよ」に決まる。

杉山教員「どの年齢層を見ても、エンターテイメントが文化的要素を強く含んでいる場合が多くある。これは人間は生きて行く上で、単に働いて・食べてをするのではなく、全ての場合においてエンターテイメント性が基盤になっているということ。それを踏まえて教えていくと、学校としてもメッセージ性が強くなるし、生徒も理解し易くなる。」

2.新 ES の紹介

■そもそも ES とは
→授業向上の為に、その講義に関する様々な項目について感想を述べてもらうもの。他の学校では講義の最後に一回行うだけだが、デジハリでは毎授業後に書いてもらっている。

①ES とはクラス改善を促進するツールである。
②「学生による教員評価」のイメージがあるが、そうではなく講義向上の素材に使うものである。
③翌授業前に感想が手に入ることで非常に参考になる。
④教育効果：学生に対して咀嚼効果がある。→授業を振り返るいいキッカケになる。

■新 ES の改善点

①その授業を振り返らせる項目増設。
自己点検効果：授業も重要だが、生徒の受け方によっても授業は変わってくる。
②大学生にはマナー（机上を片付けたかなど）についても問う。（大学院はない）
③印象に残ったキーワードや内容を聞く項目増設。
一人ひとり、ばらつく意見の中で状況を見やすくなる。また、学生からの意見をすぐに反映するのは難しいが、キーワードなどを軽く触れてあげるだけでも、生徒側は授業に参加している感覚を持つことが出来る。
④まだまだ改善の余地はある。さらに良いシステムを作っていきたい。ご意見がありましたら FD 委員会までお送りください。

■デモクラス

担当教員:吉田就彦（二階堂教員）
担当科目：ヒットプロデュース能力開発演習（大学院）
授業目的：各コンテンツ業界（音楽、映画、TV 等）のヒットプロデューサーの能力をベスに、EQ 理論・NLP 理論・PLAY 理論等の手法を使って、受講生がヒットプロデューサーになるために必要な能力開発を目的としている。
授業方法：受講生のワーク中心。様々なゲームやシミュレーションを行い体感する。
（受講前と受講後に EQ 検査を必ず受けること）

＜授業開始＞

【授業のねらい】

1.ヒットプロデューサーになる・近づくにはどうすればいいか。
2.情熱を持ってやる！

■授業の流れ
①ヒットプロデューサー能力分析
↓
②ワーク 1（ウォーミングアップ）
↓
③ワーク 2（情緒的感性を養う）
↓
④総括

①ヒットプロデューサー能力分析

・まずコンテンツプロデューサーには、人を発見する能力が大事。
→ヒットの目：ヒットには何らかの兆候がある。
噂話などのヒットシグナルに対して法則をマネジメントし、ヒットへ導く。

そのメカニズムを数理モデル的に分析している。

・IQ・知識経験・EQ（感情知能）の 3 つに分けて分析する。

・ヒットプロデューサーの行動特性（24 個）:『5up1down』
→EQ 要素（感情の識別・利用・理解・感情）を測り、これに EQ の能力を発揮した行動特性を合わせることで、人間の能力と能力発揮度がわかる。（ヒットプロサーを目指す道がわかる＝ヒットプロデューサーになれる『かも』しれない。）

・30 名くらいの名だたるヒットプロデューサーをサンプルした。（EQ テスト）
→感情の識別が低く、利用・調整が高い。行動特性は、私的自己意識（自分に対する意識）が高く、社会的自己意識（社会からどう見られていると思うかの意識）が低いなどの傾向が見られる。
⇒総じてヒットプロデューサーは、完全に自分しか見ていない人と、世間のことを思い切り気にする人の 2 つのタイプに分かれることがわかった。＝総合コミュニケーション力がありストレスに強い。また感受性があるが相手の感情に左右されない。

・24 個の行動特性のうち開発できるものは 6 つある。
●ストレス対処（up させると良い）
●ノン・バーバルスキル（up させると良い）
●対人問題解決力（up させると良い）
●情緒的感受性（up させると良い）
●状況モニタリング（up させると良い）
●感情的被影響性（down させると良い）

＝『5up1down』
・この EQ テストを使って、受講前と受講後で見比べる。

・自分を認識→ヒットプロデューサーとの違いの発見→NLP（心理学コミュニケーション技法）を高める→プレー（演劇）：想定外処理能力を鍛える→S プレー（シミュレーションプレー）：シチュエーションを設定し演じる。

・これを受けた人・受けてない人を見比べてみた。
→受講生はみごと 5up1down。非受講生はほとんど変化なし。

②ワーク 1（ウォーミングアップ）

■『ジップ・ザップゲーム』
・ワークの基本理念（メッセージ）
●Think！＝考えろ！
●Feel！＝感じろ！
●The Warp Engine！＝ワープせよ！

・受講教員の皆様にご起立いただき、2 つのテーブル単位で輪になる。

・ジップ・ザップゲームの説明

●右手人差し指を出し、自分の右側にいる人に「ジップ」と言いながら指差す。
※その際は必ず相手の目を見てメッセージを送るように。
●「ジップ」を受けた人は、さらに自分の右側の人に「ジップ」と受け流す。
●逆に、自分の左側を指す場合は「ザップ」と言う。

・まずは右回り（ジップ）でワークスタート。
（誰から始めるかグループ毎にランダムに決める）

吉田教員「だめですね・・・これは相手に『伝える』ゲームです。しっかり相手の目をみて行いましょう。」

・続いて左回り（ザップ）でワークスタート。

・次は、右隣でも左隣でもない間の人（複数いる場合は誰でもいい）へは、両腕を相手へ垂直に伸ばし「ボーイング」と指名する行為を混ぜて、ワークスタート。（ジップ・ザップ・ボーイングを混ぜる）

・さらに次は、上記ワークをスピードを上げて行う。
●まずはジップのみ。
●続いてザップのみ。
●次にジップ・ザップ・ボーイングの 3 つを混ぜて。

吉田教員「はやく、はやく、もっとはやく！相手の目を見ることを忘れないように！」

・ワーク終了
→普段の講義ではこのワークを冒頭の 15 分に、頭と体のウォーミングアップとして行っている。本来ではこの他に、ジェスチャーやシミュレーションゲーム（即興劇）なども行っている。：頭と体の活性化として、どう変化に対応するかのトレーニングを徹底的にやっている。（急にオーナー（ターゲット）を決め、予想外の状況をわざと与えている）

③ワーク 2（情緒的感性を養う）
→二階堂教員にバトンタッチ。「よろしくおねがいします！」

・このワークでは、空気を読めるようになってもらう。
→状況モニタリング、情緒的感受性を短時間で体得していただく。

吉田教員「アホですね（笑）」

二階堂教員「アホですよ、これは。ええ。（笑）」

・まずは人の観察をする。
→なぜ観察が必要か？：それぞれの目標を達成する為には観察しなければならない。空気を読まなければならない。そのためにこれから皆様に体感していただく。

・まず、それぞれ三人組に分かれる。
→席を３つ確保し、正三角形になるように置く。（机を挟まない：相手の全身を見るため（色んなメッセージが体全身から出ているものである））

・三人のうち誰か一人を残りの二人が観察するのだが、ここで全員、自分の好きな人と苦手な人を頭に思い浮かべる。

・そして、観察する二人は観察される人に対して「背の高い人はどちらか？」、「家の近い人はどちらか？」など、相手を特定する質問を色々投げかける。
●観察される人は、該当人物を強烈に思い浮かべる。
●観察する人は、全身をよく観察し、どちらを思い浮かべているか当てる。
●観察される人は、それが正解か否かを言う。
※とにかく集中すること。邪念を払うこと。
●2 分毎に、観察する・される役割を交代する。
→ワークスタート！

■二階堂教員からの分析補足説明

・NLP では視線解析というものがある。目は色々なところに動くものである。
●例えば、脳が視覚にアクセスしている時、目線は上の方にある傾向にある。
●脳が聴覚にアクセスしている時は、目線が横の方に動いている。
●お風呂などに入ってジワーっと温まっている時は、目線が下の方にいくことが多い。
※通常こういったことを意識している人はいませんが、そういうところを知っていると観察力が格段に上がる。

また、
●自分から見て右側を見る時は、未来について考えていることが多い。
●逆に左を見ている時は、過去を思い浮かべていることが多い傾向にある。

そして、人は好きな人・苦手な人をイメージする時に、思い浮かべる場所としての空間分けをしている。
→つまり、好きな人を置くその空間を発見し、そこに立てば相手に好いてもらえる。
●例えば「好きな女優は？」と尋ね、その目線を見分け、そこに立てば良い。

・さらにワークを続ける。

・一通り全員が終わったところで終了。

④総括

■二階堂教員「分かり易かった人がいたグループ挙手してください。」
→あまりいない。
「皆さん難しかったようですね。」

・人の変化は微妙なもの。
→ほんの微細な差を察知できるかが観察力である。そして、その観察力があれば色

んな場面で軌道修正することが出来る。

・ワーク終了。
→吉田教員にバトンタッチ。

■吉田教員「普段の授業ではもっと細かく・深く行います。これを続けていくと、不思議なことにだんだんわかるようになっていきます。そうすることで、例えば、商談での説得などで効果的になる。この、5up1down を伸ばす為に、受講生には日頃のトレーニングメニューみたいなものを、一人ひとりに渡しています。そして、講義最後にまたテストを行い、受講前のテスト結果と見比べ検証する、というようなプログラムを作っています。どうもありがとうございました。」

デモ講義終了。

参加者による感想

■羽根教員「良かった点・面白かった点をグループで話し合って下さい。」

・各グループにてディスカッション

■長田教員「成果を可視化出来る。数値がはっきりわかるのが素晴らしい。」
■羽根教員「数値化する努力があり、はっきり分かるところがいいですね。」

■渡辺教員「席を立つので、色んな人と組み合わせて出来るところがよい。新しい刺激が生まれる。」
■羽根教員「ずっと座っているだけでなく、どんどん人を動かすといいですね。」

■マイケル教員「面白かった。やはり人が変わる（動く）と、雰囲気も変わり良い。」
■羽根教員「同じ授業でも、ゲスト講師を変えるなどしても効果的ですね。」

■南雲教員「話し方が分かり易い。」
■羽根教員「両教員とも流れるような話し方でしたね。」

■羽根教員「吉田先生。今日の講義のポイントはいかがでしょうか。」
■吉田教員「ゲーム形式にし眠くならないようにする。ワーク中心にし飽きさせない。自分とヒットプロデューサーの違いを意識させ、モチベーションを保たせる。変化を見つけることで納得させる。また、いかにハプニング（非日常）を起こすか。つまり、そこに緩急を持たせ、意識を揺さぶる。理論よりもまずやらせる。己に向き合うよう気付かせる（自分で気付かせる）。自分の目標・将来像を持たせる。こういったようなメッセージを組み込んでいます。」

■羽根教員「ありがとうございます。では次に講義についての疑問点や改善案をグループで話合って下さい。」

・各グループにてディスカッション

■山本教員（浩）「ゴールが見えにくい。理想の人間像をどうやって分からせるのか。」
■吉田教員「お手本は見せるが、本当のゴールは僕がゴールです。（笑）彼らにはよく、講義内容以外の話をしてあげます。それは、講義を受けてない者でも関係なく話してあげます。誰でもいいからヒットプロデューサーになってもらいたいと心から思っています。」

■杉山教員「大学院生と大学生の違いはありますか？」
■吉田教員「実証実験を見てみるとわかりますが、伸び幅が大学生の方が大きい。大学院生は大人だから伸びにくいですね。考えが固まってしまっている分、大変です。ノンバーバルスキルや情緒的感受性など特に難しい。その分、時間がかかりますね。ただ、身に付けたことは翌日すぐ実務で実践出来るというメリットもあります。」

■衣袋教員「ワークをやめると元に戻ってしまうのでは。その面でのフォローについては、いかがでしょうか。」
■吉田教員「日々こんなことをした方がいいよ、という用紙をあげます。一回この講義を受けると、その変化に気付きモチベーションが上がるのではとも考えています。EQ 能力は大きく変化しないのだが、行動特性は大きく変わるので、普段の生活で意識してもらえばいいのではないか。また、時間による変化も見たいので、昨年受講してくれた生徒に今年もテストを受けてもらい、その結果を研究材料にしたいとも思っています。」

■羽根教員「ありがとうございます。逆に吉田教員から質問はありますか。」

■吉田教員「これは、6 ヶ月くらいかけて作った緻密なプログラムです。このプログラムを他の皆さんの講義でも使えたらいいなと思っていますが、皆様はどのような工夫をしていますか。」

・各グループにてディスカッション

■山本教員（和）「吉田先生のプログラムを真似るのは無理だ。（笑）理解するには相当の時間がかかる。」
■吉田教員「勉強していただきたいと思います。（笑）」

■松崎教員「授業は日々戦いだが、共有すべきことの中からさらに削って削って、これだけは押さえてほしいということをシンプルにしつこく繰り返して言っている。」
■吉田教員「参考になります。」

■アダム教員「各教員全員のバックグラウンドが違い、それは良いこと。それがあるからこういった研修の場で色んな見え方が出来る。ここで生まれた新しいことを生徒に届けたい。」
■吉田教員「Thank You！」

■羽根教員「先生方の教え方はそれぞれ違うが、明確さを示すことが大事ですね。ハーバード大での研修では、「他の先生に伝えられないことは学生に教える

な。」と教えられた。それでは先生の個性とは？となりますが、このことを踏まえた上で出していくと、非常に豊かな講義になると教えられたことがあります。

それでは、そろそろお時間となりました。皆さんのお手元に感想シートがありますので、記入をよろしくお願いします。
また、この後、懇親会がありますので、さらに質問などをし、交流を深めて下さい。本日の研修会を終了いたします。
吉田先生にもう一度大きな拍手を。」

一同拍手

教員研修終了

21:40～　懇親会

以上

資料２０　研究実績

氏名	**海老根 智仁　／　Tomohito ebine**
担当科目等	インターネットマーケティング／事業計画手法他監修
所属・役職	■デジタルコンテンツ研究科デジタルコンテンツ専攻　教授 ■株式会社オプト代表取締役社長 CEO
研究・実務活動概要	大手広告代理店退職後、（財）社会経済生産性本部にて、経営コンサルタントの認定を受け、その後1999 年（株）オプト入社。2001年1月より同社代表取締役COO、06年1月より同社代表取締役社長CEO、08年3月より同社代表取締役社長CEOに就任。 論文「サイバーコミュニティを使った『ニーズ調査』の有効性に関する比較研究」（経営情報学会／ 2000年／共同研究）、著書「インターネット広告による売上革新」（同文舘出版／ 06 年／共著）、「会社を替えても、あなたは変わらない　成長を描くための「事業計画」」（光文社新書/08年）ほか学会・講演活動多数。中小企業診断士。
論文・学会活動など	サイバーコミュニティを使った『ニーズ調査』の有効性に関する比較研究」,経営情報学会,2000年,共同研究
著書	■「インターネット広告による売上革新」，2006 年，同文舘出版，共著 ■「会社を替えても、あなたは変わらない　成長を描くための「事業計画」」，2008 年 4 月，光文社，単著
受賞暦	
応用研究	
委託研究	
プロジェクト	
講演など	■2005 年 7 月，講師，第 36 回「E ビジネス研究会」，インターネット市場の行方と成長の理由』～ネット広告代理店が IPO するまで～ ■2007 年 10 月，講師，デジタルハリウッド大学大学院&Think!提携講座　第 1 回 ビジネスを成功に導く事業計画の作り方

氏名	**小倉 以索 ／ Isaku Ogura**
担当科目等	デジタル映像表現手法／デジタルグラフィックス表現演習Ⅱ
所属・役職	■デジタルコンテンツ研究科デジタルコンテンツ専攻　講師 ■CG ディレクター
研究・実務活動概要	デジタルハリウッド研究所研究生として、eAT KANAZAWA にて特別賞受賞。退所後、フリーの CG デザイナーとして活躍。「劇場版銀河鉄道 999」、ゲームソフト「デッドオアライブ」、ライブビデオ・DVD「ウラスマ」（スマップ）、TV 番組「鉄腕 DUSH」、映画「デスノート」などの CG 担当やその他 CM の CG など多数手がける。また、デジタルハリウッドクリエイタースクール CG 講師として人材の育成にも注力している
論文・学会活動など	
著書	[著書] 合格対策 CG エンジニア検定 2 級・3 級，2006 年，ビー・エヌ・エヌ新社，共著
受賞暦	
応用研究	
委託研究	[NCG 研究室] 文部科学省科学技術振興調整費（重要課題解決型研等の研究 2006 年 7 月～2008 年 3 月「次世代超高精細度映像のためのＣＧ映像制作環境の研究」 本プロジェクトは、4K デジタルシネマの普及を見据えて、現状の CG 映像制作現場が抱える課題の解決を目的として、現状の制作環境下にも無理なく導入できる群集シミュレーションツールの開発（デジタルハリウッド大学大学院）や 4K 対応のフォトリアリスティックな CG のレンダリングを可能にする、分散コンピューティング対応、分散レンダリングソフトウェアの開発」（株式会社 NTT データ）など、これらを活用し、現状では類例を見ない実写画像と 3DCG 画像および群集シミュレーションツールを活用した 3DCG 画像を融合させた 4K デジタルシネマ標準対応の映像、「関ヶ原の合戦（約 3 分）」を制作。
プロジェクト	
講演など	2005 年 10 月，パネル，「T!FF in AKIHABARA 秋葉原エンタまつり TOKYO ASIA-PACIFIC ENTERTAINMENT FESTIVAL（秋葉原エンタまつり）」 2005 年 5 月，講演，CG/映像業界のワールドカップ！！『なぜクリエイターにとって SIGGRAPH（シーグラフ）が重要なのか』 2005 年 10 月，研究発表，デジタルハリウッド大学院主催，「海外 CG 動向研究発表」～SIGGRAPH2005 報告～

氏名	**小田　実　／　Minoru Oda**
担当科目等	特ゼミ
所属・役職	■デジタルコンテンツ研究科デジタルコンテンツ専攻　教授 ■監査法人トーマツ TMT グループ シニアマネジャー
研究・実務活動概要	神戸大学工学部卒業後大手メーカーの設計開発・情報システム業務を経験後、外資系コンサルティング会社を経て監査法人トーマツに入所 各種コンサルティングやベンチャー支援業務に従事する傍ら、TMT グループとしてコンテンツビジネスをサポート。TMT メンバーにて「コンテンツビジネスマネジメント」を執筆
論文・学会活動など	2005 年　関東経済産業局　首都圏情報ベンチャーフォーラム　アドバイザリーボード 2005年　関東経済産業局　新事業支援産学官ネットワーク形成事業　助成金審査員 2006年　関東経済産業局　首都圏情報ベンチャーフォーラム　IT 産業統括クラスターマネージ 2003 年　IT Education Initiative フェロー(現在に至る) 2006 年～現在　産業能率大学　コンテンツビジネス講座　講師(現在に至る) 2007 年　社団法人全日本能率連盟登録資格「WEB 検定」　監修委員 2008 年　産業能率大学　デジタルコンテンツラボ　客員研究員
著書	【著書】 ■「コンテンツビジネスマネジメント」, 2003 年, 日本経済新聞社, 共著 ■「通信コンテンツマネジメント」, 2004 年, 日本経済新聞社, 共著 ■「コンテンツビジネスマネジメント Ver.2.0」, 2007 年, 日本経済新聞出版社, 共著 【監修】 ■社団法人全日本能率連盟登録資格「WEB 検　標準ガイドブック１　リテラシー」, 2007 年, ワークスコーポレーション, 監修 ■社団法人全日本能率連盟登録資格「WEB 検　標準ガイドブック２　デザイン」, 2007 年, ワークスコーポレーション, 監修 ■社団法人全日本能率連盟登録資格「WEB 検　標準ガイドブック３　ディレクション」, 2007 年, ワークスコーポレーション, 監修 ■社団法人全日本能率連盟登録資格「WEB 検　標準ガイドブック４　プロデュース」, 2007 年, ワークスコーポレーション, 監修 【記事執筆】 ■「デジタルコンテンツ白書 2006」コンテンツ投融資, 2006 年, デジタルコンテンツ協会, 単著 ■「日経コミュニケーション 7/1 号」THE 融合 通信とコンテンツの融合急成長するオンラインゲームビジネス, 2006 年, 日経 BP 社, 単著 ■「デジタルコンテンツ白書 2007」コンテンツ投融資, 2007 年, デジタルコンテンツ協会, 単著, ■「デジタルコンテンツ白書 2008」コンテンツ投融資, 2008 年, デジタルコンテンツ協会, 単著,
受賞暦	
応用研究	
委託研究	
プロジェクト	
講演など	【講演】 ■2004 年 9 月, 経済産業省関東経済産業局主催,「東京コンテンツマーケット 2004」スキルアップ・セミナー"　「プレゼンテーション技法」, ■2005 年 2 月「通信インフラとコンテンツの関係およびビジネスモデル」ブロードバンド&グローバル戦略特別セミナー『通信コンテンツマネジメント』 ■2005 年 2 月, 新社会システム総合研究所主催,「コンテンツビジネスのマネジメント」デジ

	タル&ブロードキャスティング戦略特別セミナー ■2005 年 9 月，経済産業省関東経済産業局主催，東京コンテンツマーケット 2005，スキルアップ・セミナー「コンテンツ制作に求められる財務　ファイナンスとリクープ」 ■2005 年 9 月，関東経済産業局補助事業，「コンテンツビジネス合弁事業における留意ポイント」日中コンテンツ産業研究会 ■2005 年 10 月，東京国際映画祭　UCLA Extention Entertainment Study，「コンテンツ業界における監査法人の役割」 ■2006 年 5 月，平成 16 年文部科学省採択事業の継続案件，「コンテンツビジネスのマネジメント」東京工科大学メディア学部「平成 18 年度ゲームプロデューシングの基礎」特別講義 ■2006 年 7 月，オービックビジネスコンサルタント主催，「中小・中堅企業の不正防止のための統制環境の整備」奉行 Session2006 基調講演 ■2006 年 9 月，NTT ラーニング主催，NTT ドコモ麻布セミナーハウス「医療業界における携帯電話のビジネスチャンス」 ■2006 年 9 月，NTT ラーニング主催，NTT ドコモ麻布セミナーハウス「流通業界における携帯電話のビジネスチャンス」 ■2006 年 10 月，経済産業省関東経済産業局主催，東京コンテンツマーケット 2006　スキルアップ・セミナー「コンテンツ製作の資金調達」 ■2006 年 11 月，オービックビジネスコンサルタント主催，「中小企業に求められる適正な会計処理とは」奉行フォーラム 2006　基調講演 ■2006 年 11 月，新社会システム総合研究所主催，「通信インフラとコンテンツの関係およびビジネスモデル」ブロードバンド&グローバル戦略特別セミナー『通信コンテンツマネジメント』 ■2006 年 12 月，新社会システム総合研究所主催，「コンテンツビジネスのマネジメント」デジタル&ブロードキャスティング戦略特別セミナー『コンテンツビジネスマネジメント』 ■2007 年 5 月，オービックビジネスコンサルタント主催，「財務会計から戦略会計へ～成長し続けるためのマネジメント会計のすすめ～」OBC 財務会計ソリューションセミナー　基調講演 ■2007 年 7 月，平成 16 年文部科学省採択事業の継続案件，「コンテンツビジネスのマネジメント」東京工科大学メディア学部「平成 19 年度ゲームプロデューシングの基礎」特別講義 【パネルディスカッション】 ■2005 年 3 月，「Creative Session 3」クリエイティブ BIZ 横浜，協力関東経済産業局 ■2005 年 9 月，横浜青年会議所主催，第 19 回横浜経済人会議「ヨコハマクリエイティブサロン」 【シンポジウム】 ■2005 年 10 月，経済産業省関東経済産業局主催，「コンテンツビジネスにおけるブロードバンドの役割とは」東京コンテンツマーケット 2005 シンポジウム

氏名	**加藤　洋　／　Yo　Kato**
担当科目等	キャラクターマーケティング
所属・役職	■デジタルコンテンツ研究科デジタルコンテンツ専攻　講師 ■株式会社ギアチェンジ 代表取締役社長・ＣＥＯ
研究・実務活動概要	大学卒業後、広告代理店勤務などを経て（株）アスキー(現アスキー・メディアワークス）に入社。出版、ゲーム部門に関わるマーケティング部長、出版営業局長、マーケティング本部長、新規事業室長などを歴任。 その後（株）ウィーヴにてキャラクターとアーティストとのコラボレーションをプロデュースし、常勤監査役としてJASDAC への上場を果たす。2003年デジタルハリウッド・エンタテインメント（株）取締役を経て2005年4 月（株）ギアチェンジ設立。
論文・学会活動など	
著書	
受賞暦	2007 年 10 月　TCM アワードにて TCM サポーターズ賞「BIGLOBE 特別賞」受賞！「スペースネコシアター」（監督：青木純）
応用研究	
委託研究	
プロジェクト	
講演など	

氏名	**川井 拓也 ／ Takuya Kawai**
担当科目等	クロスメディア演習
所属・役職	■デジタルコンテンツ研究科デジタルコンテンツ専攻　教授 ■株式会社ヒマナイヌ 代表取締役社長
研究・実務活動概要	1993 年 CM 制作会社に入社。CM 、CG 、映画、テレビ番組のプロダクションマネジャー（PM）からプロデューサーに。衛星放送番組、データ放送、企業 Web サイトをプロデュース。2000 年に世界１周する客船の上に洋上プロダクションを設立して注目を浴びる独立後に開発した体験伝達メディア「ライフスライス」は 02 年度文化庁メディア芸術祭特別賞を受賞。コンテンツディレクションカンパニーの株式会社ヒマナイヌ代表取締役にて、広告企画、映像企画、書籍企画、イベント企画、サービス企画 、ワークショップコーディネート、製品開発、ポッドキャスト制作など、クロスメディアなコミュニケーションプランニングを得意とし、実務を通じてクロスメディアについて研究し、教育指導を行っている。 【主な業務実績】 オリンパス「顔ハメ！ド・アップダンス！」 パイオニア「MusicTap 店頭映像」 トヨタ自動車＋mixi「IST☆恋の教習所」 システム５「InterBEE オフィシャルレポート」 シブヤ大学「TokyoWhiteMap」 日産＋ Yahoo！「DUAL FEEL」 ボーダフォン＋ mixi「ケータイと恋愛 10 の法則」 QFRONT「シブヤマニア」 日本マクドナルド「McVISION」 【主な企画プロジェクト】 １クリック動画生成サイト「顔ハメ！TV」 体験伝達メディア「ライフスライス」 両面撮影カメラ「Howdy?」 耳で聞く地図「PodWalker」 予告編付き映画解説「日常洋画劇場」 世界１周洋上放送局「ip2000」 有名人公開ケータイ日記「親指交換日記」
論文・学会活動など	雑誌連載「サイバーコミュニティ考現学」(DVJ) ブログ「サイバーコミュニティ考現学」
著書	■ソーシャル・ネットワーキング・サービス 縁(えん)の手帖、2005 年、株式会社翔泳社、共著 ■SNS ビジネス・ガイド Web2.0 で変わる顧客マーケティングのルール、2006 年，インプレスジャパン，共著
受賞暦	■平成１８年度（第１０回）文化庁メディア芸術祭　審査員推薦作品受賞「エンターテインメント部門/遊具　Howdy?」 ■平成１８年度（第１０回）文化庁メディア芸術祭　審査員推薦作品受賞 「エンターテインメント部門/web ケータイと恋愛１０の法則」 HYPERLINK http://plaza.bunka.go.jp/festival/2006/recommend/entertainment.php
応用研究	サイバーコミュニティ考現学 １)画像アイコンに個人的な嗜好がどのように反映されるかの研究 ２）高校生のサイバーコミュニティ事情 ３）メタバースの中での行動様式とそれがリアルにもたらす影響の研究 ４）地域限定サイバーコミュニティと実空間の関係 ５）アジアのサイバーコミュニティ事情 ６）企業系サイバーコミュニティの事情
委託研究	なし
プロジェクト	千代田区観光プロモーションプロジェクト スピーシーズ、ロボットプロジェクト クロスカルチャーコミュニケーションソフト「クッキー」開発プロジェクト
講演など	DEMOsa（プレゼンテーション） シブヤ大学（ワークショップ） AIBAX（基調講演）MacWorld（動画制作についての講演） 企画塾（SNS についての講演）

氏名	**木村 元子 ／ Motoko Kimura**
担当科目等	映像プロデュース
所属・役職	■デジタルコンテンツ研究科デジタルコンテンツ専攻　准教授 ■デジタルハリウッド・エンタテインメント（株）代表取締役副社長
研究・実務活動概要	読売テレビにて、広報、バラエティ制作を経てドラマ制作へ プロデューサーとして、テレビドラマ「凍りつく夏」「世にも奇妙な物語」「ワンダフルライフ」、劇場映画「恋文日和」など。企画プロデュースした「Pure Soul」の韓国リメイク版「私の頭の中の消しゴム」の原作も手がける 現在、デジタルハリウッド・エンタテインメント株式会社代表取締役副社長として、映像制作の実践的なプロデューサー教育および、映像制作環境の研究を行っている
論文・学会活動など	
著書	[著書] ■私の頭の中の消しゴム，2005 年，小学館文庫，単著 ■私の頭の中の消しゴムアナザーレター，講談社，2006 年，共著
受賞暦	
応用研究	
委託研究	[NCG 研究室] 文部科学省科学技術振興調整費（重要課題解決型研等の研究 2006 年 7 月～2008 年 3 月「次世代超高精細度映像のためのＣＧ映像制作環境の研究」 本プロジェクトは、4K デジタルシネマの普及を見据えて、現状の CG 映像制作現場が抱える課題の解決を目的として、現状の制作環境下にも無理なく導入できる群集シミュレーションツールの開発（デジタルハリウッド大学大学院）や 4K 対応のフォトリアリスティックな CG のレンダリング(*5)を可能にする、分散コンピューティング対応、分散レンダリングソフトウェアの開発」（株式会社 NTT データ）など、これらを活用し、現状では類例を見ない実写画像と 3DCG 画像および群集シミュレーションツールを活用した 3DCG 画像を融合させた 4K デジタルシネマ標準対応の映像、「関ヶ原の合戦（約 3 分）」を制作。 [委託事業] ■経済産業省委託事業「平成 16 年度先導的分野情報化推進等委託事業　日本と世界を繋ぐ映像プロデューサー育成のための実証研修事プログラム」 経済産業省では、コンテンツ産業発展の要となるプロデューサー人材の発掘・育成のための支援の在り方を検討するため、平成１４年度、諸外国教育機関におけるプロデューサー養成の実態に関する調査を実施し、平成１５年度は、日本におけるプロデュース機能強化のために必要とされる知識・ノウハウ（関連法制、資金調達法、海外との取引実務など）を体系化、パッケージ化したカリキュラムを策定しました。平成１６年度は、協力教育機関等により、カリキュラムを使用した実証講座を実施し、カリキュラムの評価 ■経済産業省委託事業「平成 17 年度情報家電活用基盤整備事業　日本と世界を繋ぐ映像プロデューサー育成のための実証研究プログラム」 本事業はコンテンツ産業発展の要となるプロデューサー人材の育成事業の一環として、特に海外展開を行っていく上で必要となる知識・ノウハウを得るべく、実験的に研修を行い、その評価を行った。
プロジェクト	[演劇]　大学院演劇プロジェクト，2005 年 1 月～2 月，「面接の達人」 http://www.dhw.co.jp/gs/works/mentachi/index.html
講演など	

氏名	**斎賀 和彦 ／ Kazuhiko Saika**
担当科目等	デジタルコンテンツ技術変革論／ポストプロダクション先端技術演習
所属・役職	■デジタルコンテンツ研究科デジタルコンテンツ専攻　准教授 ■映像ディレクター
研究・実務活動概要	東京ムービー新社にて映画「AKIRA」の制作助手、井出プロダクションにて「サントリーリザーブ ミッキーローク篇」「オンワード樫山 五大陸 浅野温子 SP 篇」などのヒット CM のプランナー、ディレクターを経て、映像制作のデジタル化を体験。(株) デジタルスケープにて次世代のクリエイターの教育に関わる また、東北芸術工科大学にて専任講師、その後 WEB サイト/Mobile コンテンツ/デジタルコンテンツの企画制作開発、コンサルティング業務（商品企画、マーケティング、新規事業開発)、ホスティング/ ASP 業務事業を行う（株）フレームワークスタジオ取締役に就任 現在は映像と IT の融合など、理論と実践の両面から映像を教授する傍ら、ハイエンドノンリニア編集システムのオーソライズドトレーナー、個人で写真や映像を制作。展覧会等も多く開催するなど、映像作品や写真作品を制作する。
論文・学会活動など	社団法人　CG Arts 協会の検定試験　CG 検定、マルチメディア検定（2 級、3 級）の検定問題作成委員 高解像度アニメーション撮影システム（東北芸術工科大学　紀要）
著書	Final Cut Pro 4　ファーストステップマニュアル（玄光社） パソコンでビデオ編集（玄光社） Motion　上級編　（監修）（ボーンデジタル） ノンリニア編集の新興勢力（写真工業出版社）　ほか
受賞暦	米国ニューヨーク広告賞ブロンズアワード受賞（昭和 63） ＡＣＣ賞、ＴＣＣ新人賞　受賞（平成 2） International Digital Art「2002 TOP100 Artist 」（平成 14） Thorough the looking glass Exhibition（米国）　入選（平成 17）
応用研究	
委託研究	
プロジェクト	
講演など	2006 年 9 月，出展作家,「ディジタル・イメージ 2006」　15 周年記念展，大崎ニューシティＯ美術館

氏名	**齋藤 茂樹 ／ Shigeki Saitoh**
担当科目等	通信と放送の融合の中でのＩＴビジネス論／ベンチャーキャピタルビジネス論
所属・役職	■デジタルコンテンツ研究科デジタルコンテンツ専攻　教授 ■エス・アイ・ピー株式会社代表取締役社長／日本 MIT エンタープライズフォーラム 理事
研究・実務活動概要	企業向け通信ネットワークの販売・構築、料金・サービス契約約款のデザイン、認可業務等を担当、1994 年退社。1997 年、米国マサチューセッツ工科大学スローンスクールにてハイテクベンチャーの経営を学び MBA 取得。その後、ネットスケープ・コミュニケーションズ入社、日本市場でのポータル・ビジネスを統括。株式会社デジタルガレージでは、公開期の中心メンバーで代表取締役として大手企業への戦略的インターネット・ソリューションを提供。現在は、デジタル・コンバージェンスのビジネス領域を中心にビジネス活動中。現在、ベンチャーキャピタルファンドの運営、New Ventures に対する経営コンサルティング、他のベンチャーキャピタルファンドの財産管理事務の代行業、エス・アイ・ピ株式会社代表取締役社長を務める一方、日本 MIT エンタープライズ・フォーラム理事を務め、日本におけるベンチャーのインキュベーション支援、育成の活動を行っている。
論文・学会活動など	特になし
著書	デジタル・コンバージェンスの衝撃通信と放送の融合で何が変わるのか，2005 年，日経 BP 企画，単著
受賞暦	
応用研究	
委託研究	
プロジェクト	
講演など	【講演】 2006 年 3 月，ストックリサーチ経営研究セミナー,「通信と放送の融合」－デジタル・コンバージェンスの衝撃 2006 年 7 月，CICOM ビジネス講演会,「デジタル・コンバージェンスの衝撃　～通信と放送の融合で何が変わるのか？」 【パネリスト】 2004 年 10 月，デジタルハリウッド大学大学院シンポジウム最新コンテンツ配信の問題点を探る,「業界はどのように再編されるのか。最新配信ビジネス動向」パネリスト、クリエイターが望む形、視聴者は？」

氏名	**杉浦　治　／　Osamu Sugiura**
担当科目等	特ゼミ（ビジネスモデル、事業計画指導）
所属・役職	■デジタルコンテンツ研究科デジタルコンテンツ専攻　講師 ■株式会社コンビニエンス・データセンター　代表取締役
研究・実務活動概要	（株）ボイスメール名古屋取締役、（株）インター・オリジナル代表取締役、（株）コンビニエンス・データセンター代表取締役など数々の企業経営を経て、2002 年デジタルハリウッド（株）取締役に就任。IT におけるマネジメントとスペシャリスト育成に注力している。2004 年、デジタルハリウッド（株）、（株）テレウェイヴ、（株）E ストアーの出資でスモールビジネス向け WEB 制作会社（株）ウェブ・ワークスを立ち上げ、取締役に就任。2006 年 3 月時点で従業員 300 人超に成長した。現在は IT ビジネスおよび人材育成のコンサルティングに勤めている。最近のコンサルティング実績は下記の通り。 ● 中小企業向け IT ソリューションサービスのシステム開発ディレクションおよびサービス開発プロデュース ● WEB2.0 系企業のマーケティングコンサルティングおよび経営アドバイス ● Web2.0 系企業のマネージャー育成研修 ● 経営コンサルティング会社の中期事業戦略策定 ● 大手ネット広告代理店との協業によるメディア開発 ● 大手 IT サービス企業の経営戦略コンサルティング ● 大手デザイン業界団体による新事業創出コンサルティングおよび事業計画策定 ● 大手ネットメディア主催セミナーの企画、開発
論文・学会活動など	
著書	
受賞暦	
応用研究	
委託研究	
プロジェクト	
講演など	2004 年 5 月、第 5 回ビジネススタイル研究塾にて講演「IT の進化と人間力の重要性」 2005 年 2 月，講師，香川マルチメディアビジネスフォーラムセミナー基調講演「ブロードバンド普及で拡大するＥＣ市場」 2005 年 3 月，講師，香川マルチメディアビジネスフォーラムセミナー基調講演 実践講座 2005 年 4 月、講師、大手メーカー新人研修「IT 時代のプレゼンテーション術」 2005 年 4 月、講師、大手ホスティング会社「ビジネスコミュニケーション」 2005 年 7 月、講師、ｅとぴあかがわスキルアップ講座「ビジネスメールの書き方」 2005 年 7 月、大手ポータルサイト主催、EC カンファレンス東京にて講演 2005 年 8 月、大手ポータルサイト主催、EC カンファレンス大阪にて講演 2005 年 12 月，講師，関西ソーホー・デジタルコンテンツ事業協同組合カンデジ大学，「事業計画を知らなければ IT ビジネスは成立しない」 2006 年 3 月、岐阜県＆土岐市主催 EC セミナー「地方の中小企業が勝ち残るための現場レポート」 2006 年 6 月、岐阜県＆多治見市主催 EC セミナー「地方の中小企業が勝ち残るための現場レポート」 2007 年 2～3 月、福岡・小倉・熊本にて大手家電量販店主催、EC セミナー×計 10 回

氏名	**杉浦 幹男 ／ Mikio Sugiura**
担当科目等	ビジネスプランニング演習／ゼミ
所属・役職	■デジタルコンテンツ研究科デジタルコンテンツ専攻　教授 ■株式会社アジアンブルームス 代表取締役社長 ■株式会社ビーワイルドエンタテイメントグループ取締役
研究・実務活動概要	東京藝術大学美術学部卒業。大阪市立大学大学院創造都市研究科修了 建築設計事務所、三菱UFJリサーチ& コンサルティング株式会社を経て現職 国際共同製作作品を中心にビーワイルドエンタテイメントグループの資金調達を担当NPO 法人映像産業振興機構大阪事務所長、大阪市立大学都市研究プラザ特任講師も務め、人材育成に注力している。
論文・学会活動など	「アンドレ・マルロー空想美術館論 ～フランス美学と文化政策に関する一考察～」（東京藝術大学卒業論文、1994 年 3 月） 「都市活性化政策としての文化政策の研究」（大阪市立大学大学院創造都市研究科修士学位論文、2006 年 3 月） 「江戸・東京における文化創造」（『SRC REPORT ’97 Vol.2 No. 2』三和総合研究所、1997 年 2 月） 「新しいコミュニティ文化の創造」（『ARTS POLICY & MANAGEMENT No.2』三和総合研究所、1998 年 6 月） 「劇場・ホールをめぐる戦後史 クラシック音楽公演を中心として」（『ARTS POLICY & MANAGEMENT No.3』三和総合研究所、1997 年 8 月） 「美術館と行政 -美術館コレクションの視点から -」（『ARTS POLICY & MANAGEMENT No.5』三和総合研究所、1998 年 9 月） 「美術教育から芸術文化振興へ～新学習指導要領の意義と課題～」（『ARTS POLICY & MANAGEMENT No.8』三和総合研究所、1999 年 2 月） 「「近代化遺産」保護の意義と課題」（『ARTS POLICY & MANAGEMENT No.9』三和総合研究所、1999 年 5 月） 「「チャイコフスキー記念東京バレエ団」海外公演活動からの示唆」（『ARTS POLICY & MANAGEMENT No.11』三和総合研究所、2000 年 6 月） 「データで見る「音楽祭」」（共著、『ARTS POLICY & MANAGEMENT No.17 地域社会と音楽祭』UFJ 総合研究所芸術・文化政策センター、2002 年 5 月） 「欧州音楽祭事情」（共著、『ARTS POLICY & MANAGEMENT No.17』UFJ 総合研究所芸術・文化政策センター、2002 年 5 月） 「未来志向の音楽祭」（『ARTS POLICY & MANAGEMENT No.17』UFJ 総合研究所芸術・文化政策センター、2002 年 5 月） 「国家政策としての ”文化政策 ” ～英国とフランスの文化支援と財源～」（『ARTS POLICY & MANAGEMENT No.19 』UFJ 総合研究所芸術・文化政策センター、2003 年 8 月） 「英国に置ける都市再生 3R=Renovation, Regeneration, Renaissance」『UFJ REPORT ’2003 Vol.8 No. 2』UFJ 総合研究所、2003 年 3 月） 「「社会」のなかの芸術文化－「アーツマネジメント」の意義」（『PLUS OPUS No.3』愛知県立芸術大学芸術学科、2005 年 10 月） 「韓流ブーム まだまだ終わらない？アジアに広がる韓流ブーム」(UFJ 総合研究所『2005 年 日本はこうなる』、講談社、2004 年 10 月） 「コンテンツビジネス 加速する産学官一体の取り組み」(UFJ 総合研究所 『2006 年 日本はこうなる』、講談社、2005 年 10 月） 「創造都市『文化』は都市再生の切り札となるか？」(UFJ 総合研究所 『2006 年 日本はこうなる』、講談社、2005 年 10 月） 「国家ブランド わが国のソフトパワーとなる「顔」づくり」(UFJ 総合研究所 『2006 年 日本はこうなる』、講談社、2005 年 10 月） 「アジアのアニメ産業」（産経新聞（寄稿）、2005 年 11 月 3 日付） 他、論文、調査研究報告書、多数。
著書	中牧弘允・佐々木雅幸・総合研究開発機構編『価値を創る都市へ―文化戦略と創造都市』（共著）2008 年 3 月、NTT 出版

	香港・日本経済委員会・株式会社エヌ・エヌ・エー編『進化する香港　－潜在競争力「世界一」の秘密を探る－』（共著）2007 年 6 月、株式会社エヌ・エヌ・エー
受賞暦	
応用研究	
委託研究	
プロジェクト	映画『花影』エグゼクティブプロデューサー 映画『クライマーズ・ハイ』製作委員会
講演など	2007 年 3 月 講演，メディア・フォーラム　日中交流会，アジアの創造産業と香港の可能性～香港デジタル・エンタテインメント産業の可能性～ 2008 年 3 月　シンポジウム，主催：経済産業省近畿経済産業局、デジタルハリウッド大学大学院「関西アジアへ　新しい地平を拓くプロデューサー像」 2008 年 7 月　キネマ旬報映画総合研究所主催セミナー「映画プロデューサー&クリエーター養成講座」

氏名	**杉山 知之 ／ Tomoyuki Sugiyama**
担当科目等	デジタルコンテンツ産業概論
所属・役職	■デジタルハリウッド大学　学長 ■デジタルコンテンツ研究科研究科長 ■デジタルコンテンツ専攻　教授 ■デジタルハリウッド株式会社　取締役学校長
研究・実務活動概要	1979 年 日本大学大学院理工学研究科修了後、日本大学理工学部助手となりコンピュータシミュレーションによる建築音響設計を多数手掛ける。代表作に Bunkamura オーチャード/コクーンホールなど。 87 年より MIT メディア・ラボ客員研究員として 3 年間活動。90 年国際メディア研究財団・主任研究員、93 年 日本大学短期大学部専任講師を経て、94 年 10 月 デジタルハリウッド設立。 2004年日本初の株式会社立「デジタルハリウッド大学大学院」を開学。翌年、「デジタルハリウッド大学」を開学する。
論文・学会活動など	【主な論文】 2007 年 9 月，「次世代超高精細度映像のための CG 映像制作環境の研究」，共著（三淵啓自），画像電子学会誌 第 35 巻 第 5 号 2007 年 9 月,「関ヶ原の合戦を舞台とした侍の群集映像制作」共著（尾形薫、田村公一、藤山昇、新垣久史、Mihai Cioroba）NICOGRAPH2007，秋季大会 【学会】 1995 年日本建築学会会員（現在に至る） 1997 年 3 D フォーラム（現在に至る） 1998 年社団法人　情報処理学会（現在に至る） 1998 年 ACM SIGGRAPH（現在に至る） 2003 年コンテンツ アンド コミュニケーション学会（2006 年まで） 2003 年特定非営利活動法人　ヴァーチャルリアリティ学会（現在に至る） 2000 年芸術科学会（現在に至る） 【主な社会活動】※2000 年頃より NPO 法人　VIPO（映像産業振興機構）理事（現在に至る） 財）CG-ARTS 協会・協会委員（現在に至る） 財）国際 IT 財団・評議員（現在に至る） 財）デジタルコンテンツ協会・審査員（現在に至る） デジタルラジオ推進協会・番組審議会委員（現在に至る） マルチメディア放送ビジネスフォーラム・代表（現在に至る） 福岡コンテンツ産業拠点推進会議・会長（現在に至る） 社）情報処理学会・アドバイザリーメンバー（現在に至る） 「新日本様式」協議会・評議会メンバー（現在に至る） 東京経営者協会・経営懇談会アドバイザー（現在に至る） JAPAN 国際コンテンツフェスティバル 2008・百人委員会委員（2007 年より現在に至る） メタバース協会・理事長（2008 年就任）
著書	【著書】 ■「デジタル・ストリーム・未来のリ・デザイニング」,1999 年,NTT 出版 ■「ポスト IT は日本が勝つ！」,2003 年,アスキー出版 ■「デジタル書斎の知的活用術」,2003 年，岩波アクティブ新書 ■「クール・ジャパン　世界が買いたがる日本」,2006 年,祥伝社出版 ■「クリエイター・スピリットとは何か？」,2007 年,筑摩書房 【編著】 ■　「デジタルの仕事がしたい」,2005 年,岩波ジュニア新書
受賞暦	【受賞暦】 ■1994 年　ハイビジョン国際映像祭 ‘ 94・産業応用部門アストロラビウム賞「バーチャル美術館・プラド美術館」

	■1999年　デジタルメディア協会AMDアワード・功労賞受賞
応用研究	
委託研究	
プロジェクト	
講演など	【主な講演】 ■ 2004年6月法政大学大学院，法政大学ビジネス･スクールイノベーション・マネジメント研究科セミナー（公開講座），第4回「起業とビジネスモデルの変化プロセス」 ■ 2004年11月，兵庫ニューメディア推進協議会20周年記念事業，「情報社会を先導するＩＴ人材とは」 ■ 2005年9月，社団法人情報処理学会，情報科学技術フォーラム（FIT） ■ 2005年11月，mobidec2005，「近未来のデジタルライフの姿」～デジタルラジオの可能性・放送と通信の融合の行方～ ■ 2006年3月，社団法人 日本印刷技術協会，PAGE2006クロスメディアコンファレンス，デジタルワークスフロンティア「クロスメディア時代の人材育成コラボレーションプログラム」 ■ 2006年9月，画像電子学会，「特別講演　次世代超高精細度映像のためのCG映像制作環境の研究」 ■ 2007年11月、タイ国情報通信技術省ソフトウェア・インダストリ・プロモーション・エージェンシー（ＳＩＰＡ），TAM2007「我が国におけるコンテンツ産業の未来と人材育成」 ■ 2007年12月，「中部知財フォーラム2007 IN 名古屋」，我が国のコンテンツ産業とCool Japan ■ 2008年5月，私立海城学園高等学校（1年生対象）人類社会を新たな文化へ旅立たせるデジタルコミュニケーションの世界 【シンポジウム】 ■ 2005年9月，全日本電子楽器教育研究会“シンポジウム”20周年，「電子楽器による音楽創造と人材育成」 ■ 2006年10月，（財）デジタルコンテンツ協会，「デジタルコンテンツ白書2006」発刊セミナー，コンテンツビジネス拡大の方策とは？ －日本のコンテンツパワー、新たなビジネスモデルの構築にむけて－ ■ 2006年3月，デジタルハリウッド大学大学院，文部科学省科学技術振興調整費【次世代超高精細度映像のためのCG映像制作環境の研究】第1回シンポジウム開催：「日本の映像制作環境の課題～次世代デジタルシネマに向けた新しい映像制作環境の構築とは～」 ■ 2007年3月，デジタルハリウッド大学大学院，文部科学省科学技術振興調整費【次世代超高精細度映像のためのCG映像制作環境の研究】第2回シンポジウ，「日本の映像制作環境の課題～次世代に求められる技術・人・環境とコンテンツ制作の展望とは～」 【パネルディスカッション】 ■ 2004年5月，EZアワード2，デジタルハリウッド株式会社，授賞式特別パネルディスカッション「パーソナルメディア "ケータイ" の可能性」 ～クリエイター活躍のステージの創造を目指して～ ■ 2004年5月，東京商工会議所，ＩＴ産業の未来を支える人材育成、「人材育成への新たな挑戦」 ■ 2004年11月，独立行政法人メディア教育開発センター，大学経営戦略セミナー、「社会人大学院の未来日本の大学院はどこへ向かっていくべきか」 ■ 2006年1月，アカデミーヒルズ，「知のライブハウス“2006年を読む」第2部パネリスト ■ 2006年5月，しずおかコンテンツバレー推進コンソーシアム，コンテンツビジネス啓発セミナー「明日のコンテンツビジネスを考える」「クールコンテンツ最前線～携帯動画でメディアが変わる～」 ■ 2006年10月，社団法人日本民間放送連盟，第54回民間放送全国大会，シンポジウム，「デジタル時代のラジオコンテンツ～ラジオであってラジオでないコンテンツとは？」 ■ 2007年2月，デジタルハリウッド大学国際アニメ研究所，パネルディスカッション，「Cool Japanの真相　～ジャパンアニメ成功の秘密～」 ■ 2007年10月，CEATEC JAPAN 実施協議会，トレンドセッション「デジタルコンテンツ産業における人材育成と教育機関の役割」

	【主な審査員活動】 ■ 2004年11月～2007年11月, 社団法人　学術・文化・産業ネットワーク多摩,「第1回　学生がつくる!!中小企業ホームページグランプリ」 ■ 2005年1月～2008年1月,経済産業省／財団法人デジタルコンテンツ協会第,「デジタルコンテンツグランプリ」（第17回～第22回） ■ 2005年3月～2008年3月, CG-ARTS協会,第10回文化庁メディア芸術祭協賛事業「学生ＣＧコンテスト」 ■ 2005年12月～2008年12月（予定）,静岡県,しずおかデジタルコンテンツグランプリ審査員長 ■ 2006年7月～2008年7月, 株式会社 ディーツー コミュニケーションズ,「第6回 モバイル広告大賞」 ■ 2005年6月，地球環境関西フォーラム，第2回「"若者によるエコ・メッセージ"ポスターデザイン」 ■ 2006年～2008年，「新日本様式」協議会,「新日本様式」100選　評議会委員 ■ 2006年3月,全国イーコマース協議会，「ベストECショップ大賞2006」,審査委員長 ■ 2007年10月，エキサイト株式会社，第1回エキサイトデザイナーズポータルクリエイティブアワード」 ■ 2007年12月，社団法人デジタルメディア協会,「デジタル・コンテンツ・オブ・ジ・イヤー'07／第13回 AMD Award，企画部門賞」 ■ 2008年4月（予定），日本ウェブ協会,「アックゼロヨン・アワード2007」 2008年7月，定非営利活動法人ガイア・イニシアティブ，洞爺湖サミット「まもりたい地球」～未来に伝えたいものは何ですか？「まもりたい地球」コンテスト

氏名	**栩木 雅典 ／ Masanori Tochiki**
担当科目等	デジタルグラフィックス演習Ⅱ、デジタル映像表現手法、ゼミ
所属・役職	■デジタルコンテンツ研究科デジタルコンテンツ専攻　教授 ■Bugphant スーパーバイザー
研究・実務活動概要	現メガフュージョンでDTM（デスクトップミュージック）の黎明期から電子楽器・ソフトの普及活動に従事し、DTM 業界に貢献。ポストプロダクション「コウダイコング」へ移籍、CG ディレクターとして3DCGとマルチメディア・映像制作ほか、映像音響システムの企画・設計なども手掛ける。その後、コンテンツ制作会社「KAILAS」を設立し、現在、デジタルハリウッドでの講師の傍ら、個人事務所「Bugphant」でデジタルコンテンツ制作も手掛けている。セカンドライフ研究室の大阪責任者。
論文・学会活動など	なし
著書	なし
受賞暦	なし
応用研究	■PinP（パーソンインプレゼンテーション）Web 上で実写動画をインタラクティブに扱う技術の研究
委託研究	■セカンドライフライフにおける住宅展示のあり方 積水ハウス（株）より委託研究でセカンドライフを活用した VR 住宅展示のあり方の研究および制作作業
プロジェクト	■セカンドライフ研究室（大阪） セカンドライフを活用した，コンテンツ制作，ビジネスモデル，経済モデルの研究 セカンドライフ世界は現在も拡大を続けており、登録ユーザー数は 2006 年 10 月現在 100 万人を突破している。この自動的に増殖するコンテンツを核に、各業界へのビジネス応用を研究する。またセカンドライフ内にて動作するソフトウェア、コンテンツも制作する。 ①日本での普及における問題点を明確化、その問題点の対策に向けた研究開発（問題点：法的、技術的、市場的、文化・社会的） ②クリエイターとディベロッパーの育成 リンデン・ラボ社・デジタルハリウッドと共同で進める ③クリエイターとディベロッパーの支援 セカンドライフ内のデータ収集、スクリプトの開発、Web やメールマガジン等による情報開示、無料ショッピングモール(場所）の提供、デジハリランドの開放等をおこない、クリエイターやディベロッパーが活躍しやすい場所を提供し支援をおこなう。 ④企業との共同研究 ライセンスのオープンソース化、コミュニティマーケティング、セカンドライフ内の市場調査 SLL は、セカンドライフの日本での普及を目指す、運営会社のリンデン・ラボ社に協力をしている。
講演など	■2007/9，シンポジウム，大阪市立大学大学院，特別連続シンポジウム『芸術都市キタを考える(７)』－デジタル都市キタ！－ ■2007/11，講演，大阪市立大学大学院　梅田サテライト，「Second Life について」

氏名	**羽根 拓也 ／ Takuya Hane**
担当科目等	アクティブラーニング
所属・役職	■デジタルコンテンツ研究科デジタルコンテンツ専攻　教授 ■株式会社アクティブラーニング 代表取締役
研究・実務活動概要	ハーバード大学より優秀指導証書を受賞。有名企業やJICA などの公的機関、プロスポーツチームへ指導。時代が求める人材育成手法と評価され、経済産業省「社会人基礎力」委員兼FD（= 教える技術）担当スーパーバイザーに就任。地方再生プロジェクトのプロデューサーを務め、テレビ東京「ガイアの夜明け」やNHK 等で放映される。日経アソシエにて、羽根教授が各界の一流人にインタビューする「プロフェッショナル解体新書」連載中。2004 年4 月デジタルハリウッド大学CLO に就任。
論文・学会活動など	
著書	■ジコピー道場　〈自己ＰＲ〉東京で伝説となった就活トレーニング、2004 年、日本実業出版社　単著 ■限界を突破する「学ぶ技術」　いまの自分に満足できないあなたへ、2004 年、サンマーク出版　単著
受賞暦	ハーバード大学優秀指導証書受賞
応用研究	
委託研究	
プロジェクト	FD 委員会
講演など	経済産業省社会人基礎力講演 雇用能力開発機構奈良センター講演 下関商工会議所講演 北区講演 日経ビジネスアソシエ講演 リクルートアントレ講演 経済産業省秘書課研修 滋賀県総合教育センター研修 博報堂研修 IBCS 研修 JICA 研修

氏名	**藤本 真佐 ／ Shinsuke Fujimoto**
担当科目等	起業ゼミ
所属・役職	■デジタルハリウッド株式会社代表取締役社長 ■デジタルコンテンツ研究科研究デジタルコンテンツ専攻教授
研究・実務活動概要	1994 年　大学在学中に、マーケティング会社を起業し、イベント企画、商品開発、人材採用コンサル等に携わった後、創業者の一人としてデジハリ設立に参画 1996 年　産学協同によるコンテンツ制作部門を分社化し、Web 総合インテグレーション会社、株式会社アイ・エム・ジェイを創業（ナスダックジャパン[現・ヘラクレス]上場） 1999 年　Web プロデューサーとしても数多くのサイト制作に携わりながら、兼任で株式会社ツタヤオンラインを創業 2002 年　デジタルハリウッド株式会社 CEO に就任し、次世代の人材育成と産業インキュベーションに取り組む 2004 年　構造改革特区制度を活用し、日本初の株式会社による IT・コンテンツ分野高度教育機関「デジタルハリウッド大学院（専門職）」を開学 2005 年　3 年次に海外留学を組込んだ 4 年制大学「デジタルハリウッド大学」を秋葉原に開学
論文・学会活動・社会活動など	【社会活動等】 ■ＹＥＯ（青年起業家機構）日本支部　第９期　会長　　現ＥＯ ■社団法人日本経済団体連合会（経団連）エンターテインメント・コンテンツ産業部会委員 ■学校設置会社連盟　監事 ■日本ＷＥＢデザイナーズ協会　理事
著書	
受賞暦	【受賞暦】 ■1997 年「ぷらら」日経 CG 主催第１回 VRML コンテスト「優秀作品賞」受賞 ■1997 年「PostPet」日経 BP 主催「エディターズチョイス賞」受賞 ■1998 年「PostPet」マルチメディアグランプリ 97 ’「通産大臣賞」受賞 ■2000 年「ツタヤオンライン」日本経済新聞社「日経インターネットアワード 2000」日本経済新聞社賞受賞 ■2003 年「デジタルハリウッド」日経ベンチャー主催「ベンチャー・オブザ・イヤー未上場企業部門１０位」
応用研究	
委託研究	
プロジェクト	
講演など	【講演】 ■　2004 年 6 月，New Education Expo 「実行委員会株式会社が設立した（デジタルハリウッド大学院）」 ■　2004 年 10 月，独立行政法人雇用・能力開発機構起業家フォーラム２００４ ■　2005 年 6 月，デジタルハリウッド株式会社，「E コマース・コンサルティングの過去と未来」 ■　2005 年 7 月，「21 世紀の風」運動の会 「特区で変える、女性で変わる」 ■　2005 年 9/11，全国イーコマース協議会「 次世代育成と産業インキュベーションについて ■　2005 年 11 月，関西ソーホー・デジタルコンテンツ事業協同組合，「～潰れなければいつかはチャンスが来る～これだけはやってはいけない事例を紹介「ベンチャー起業失敗論」 ■　2006 年 8 月，立教ビジネスクリエーター塾 「第２５回立教ビジネスクリエーター塾 ■　2007 年 3 月，　株式会社 青山プランニングアーツ 「社長ＴＶ presents 日本を元気にする社長３２人による１２時間授業 ■　2007 年 3 月，DREAM GATE，『「教育」 ― 起業家が子供を変えて、世界を変える。アントレプレナー流子供教育・労働教育（TOKYO 起業家サミット 2007）』 ■　2007 年 12 月デジタルハリウッド株式会社「ビジネスを生み出す Web プロデューサーになるために」

	■ 2008 年 3 月，デジタルハリウッド株式会社「「名プロデューサーになるためのトレーニング術」 【審査員】 ■ 2004 年 2 月，株式会社サイビズ，「SOHO ホームページ大賞 2003 」 ■ 2005 年 3 月，株式会社サイビズ，「SOHO ホームページ大賞 2004 」 ■ 2004 年 6 月，株式会社イー・ステート・オンライン，「マイホームシアターBlog 映像コンテスト」審査委員長 ■ 2007 年 2 月，DREAM GATE，全国縦断ビジネスプランコンテスト DREAM GATE ■ 2008 年 2 月，財団法人横浜企業経営支援財団「横浜ビジネスグランプリ 2008」 ■ GRANDPRIX / エリア挑戦者祭 2007

氏名	**三淵 啓自 ／ Keiji Mitsubuchi**
担当科目等	Webプロデュース II〈システム〉／ITソリューション導入手法
所属・役職	■デジタルコンテンツ研究科デジタルコンテンツ専攻　教授 ■メディアサイエンス研究所　セカンドライフ研究室　代表 ■（株）日本ウェブコンセプツ 代表取締役／3U.com（米国）CEO
研究・実務活動概要	米国オムロン社にて人工知能や画像認識の研究に携わり、退社後、米国ベンチャー会社設立を経て（株）日本ウェブコンセプツ、米国法人3U.com社を設立。ユビキタス情報処理や画像認識システムなど、最先端のWebシステムの開発プロジェクト研究として、人工知能を用いた、４K映像に対応した群集シミュレーションソフトウェアの研究開発などを行うNCG研究室や、セカンドライフ研究室代表
論文・学会活動など	2008/08，映像情報メディア学会誌８月号＜知っておきたいキーワード＞「セカンドライフ」 2006/05，情報処理学会「次世代超高精細度映像のための CG 映像制作環境の研究」著者：新垣久史,尾形薫,三淵啓自(共著)情報処理学会 69 回全国大会講演論文集,4,pp53 -54,2007 2006/03，論文発表：「次世代超高精細度映像のための CG 映像制作環境の研究」「ファジー推論評価関数と遺伝アルゴリズムによる,人体の動作データの自動生成手法の提案」,情報処理学会第 69 回全国大会論文集
著書	[著書] ■セカンドライフの歩き方 バーチャルワールド ガイドブック，アスキー，2007 年，単著 ■超実践！セカンドライフ』角川，2007 年，単著 ■セカンドライフ　ビジネスの成功の法則』DHC，2007 年，単著 [編集] 監修書籍 ■セカンドライフ公式ガイドブック，インプレス R&D，2007 年 ■セカンドライフ非公式まるわかりガイドブック，徳間書店，2007 年 ■500 円でわかるセカンドライフ，学習研究社 ，2007 年 ■仮想社会にようこそ！ セカンドライフ探検ガイド,実業之日本社,2007 年 ■セカンドライフ公式ガイド・プロフェッショナルクリエイション,インプレス R&D ,2008 年 [編集] 監修 DVD ■セカンドライフの歩き方 バーチャルワールド・ガイド DVD，BMG JAPAN，2007 年
受賞暦	
応用研究	
委託研究	[NCG 研究室] 文部科学省科学技術振興調整費（重要課題解決型研等の研究 2006 年 7 月～2008 年 3 月「次世代超高精細度映像のためのＣＧ映像制作環境の研究」 本プロジェクトは、4K(*1)デジタルシネマ(*2)の普及を見据えて、現状の CG 映像制作現場が抱える課題の解決を目的として、現状の制作環境下にも無理なく導入できる群集シミュレーション(*3)ツールの開発（デジタルハリウッド大学大学院）や 4K 対応のフォトリアリスティックな CG のレンダリング(*5)を可能にする、分散コンピューティング(*4)対応、分散レンダリング(*5)ソフトウェアの開発」（株式会社 NTT データ）など、これらを活用し、現状では類例を見ない実写画像と 3DCG 画像および群集シミュレーションツールを活用した 3DCG 画像を融合させた 4K デジタルシネマ標準対応の映像、「関ヶ原の合戦（約 3 分)」を制作

プロジェクト	[セカンドライフ研究室] セカンドライフを活用した，コンテンツ制作，ビジネスモデル，経済モデルの研究 セカンドライフ世界は現在も拡大を続けており、登録ユーザー数は 2006 年 10 月現在 100 万人を突破している。この自動的に増殖するコンテンツを核に、各業界へのビジネス応用を研究する。またセカンドライフ内にて動作するソフトウェア、コンテンツも制作する。 ①日本での普及における問題点を明確化、その問題点の対策に向けた研究開発（問題点：法的、技術的、市場的、文化・社会的） ②クリエイターとディベロッパの育成 リンデン・ラボ社・デジタルハリウッドと共同で進める ③クリエイターとディベロッパの支援 セカンドライフ内のデータ収集、スクリプトの開発、Web やメールマガジン等による情報開示、無料ショッピングモール(場所）の提供、デジハリランドの開放等をおこない、クリエイターやディベロッパーが活躍しやすい場所を提供し支援をおこなう。 ④企業との共同研究 ライセンスのオープンソース化、コミュニティマーケティング、セカンドライフ内の市場調査 SLL は、セカンドライフの日本での普及を目指す、運営会社のリンデン・ラボ社に協力をしている。
講演など	■2006/03　シンポジウム「日本の映像制作環境の課題」～次世代デジタルシネマに向けた新しい映像制作環境の構築とは～ ■2006/03　講演　2006 年度画像電子学会 第 34 回年次大会　特別講演杉山知之（デジタルハリウッド大学学長），尾形薫，新垣久史，高岡要吏子，三淵啓自，藤井將樹，山本修一郎，吉井順子 ■2007/03　シンポジウム「日本の映像制作環境の課題」～次世代に求められる技術・人・環境とコンテンツ策の展望とは～ ■2007/04　講演　日本デジタルゲーム学会第 7 回月例研究会(東京大学　本郷キャンパス,『セカンドライフ』とは～その可能性と問題点～」 ■2007/09　講師　The New Context Conference 2007「Second Life 入門」（ワークショップ） ■2007/10　講演　バーチャルサミット 2007「ユーザーから見たセカンドライフの未来」 ■2007/11　講演　アジアグラフ 2007「Metaverse,3D Virtual Community」 ■2007/11　講演　Web 2.0 EXPO「3D 仮想世界は，Web2.0 の単純進化ではない」 ■2007/11　講演　週間東洋経済セミナー「仮想空間はコミュニティの価値を劇的に変える“場”となるのか」 ■2008/1　講演　大阪技術革新フェア「仮想世界セカンドライフについて」 ■2008/2　講演　第 12 回おおた工業フェア「3D の仮想世界セカンドライフにおける『ものづくり』と『ブランディング』」 ■2008/2　講演　多摩大学経営戦略研究会「日本の強みを発揮するセカンドライフ戦略」 ■2008/5　共同講演　VW カンファレンス「メタバースが、与えてくれるもの、メタバースに必要なもの」足立明穂氏共同講演 ■2008/6　講演　総務省情報通信セミナー「3 次元仮想世界の進化と展開」

氏名	**百谷 正則 ／ Masanori Momotani**
担当科目等	担当科目：デジタルグラフィックス表現演習Ⅰ／Webコンテンツマネジメント演習
所属・役職	■デジタルコンテンツ研究科デジタルコンテンツ専攻　准教授 ■ビジュアルデザイナー
研究・実務活動概要	モード学園出版局にて女性月刊雑誌の編集を担当。また、大日本クリエイティブアーツ（株）デザイン部のMac のDTP ラインを構築。日銀月報のDTP 化や、トヨタ自動車電子カタログ企画、デンタルインターネットの歯科医院向けWeb デザインのシステム化などにも携わっている。
論文・学会活動など	
著書	学校法人　コンピュータ総合学園 HAL　ビジュアル関連科目テキスト一式 専門学校向け汎用教材として　Macromedia Fireworks4 チュートリアルテキスト デジタルハリウッド DTP コース用　QuarkXpress4 チュートリアルテキスト
受賞暦	
応用研究	
委託研究	
プロジェクト	
講演など	

氏名	**山本和夫　／　Kazuo Yamamoto**
担当科目等	映像監督のストーリー演習
所属・役職	■デジタルコンテンツ研究科研究デジタルコンテンツ専攻教授 ■（株）ドラマデザイン社 代表取締役プロデューサー ■シナリオインキュベーション 代表
研究・実務活動概要	1979 年～99 年読売テレビ放送勤務。TV ドラマのプロデューサー・演出家。同社での主な作品は「悪女（わる）」「オンリーユー・愛されて」「ストーカー逃げ切れぬ愛」「心療内科医・涼子」「冷たい月」「奇跡の人」など。2000 年ドラマデザイン社設立後、 テレビ朝日「R17」読売テレビ「１４ヶ月」ＴＢＳ「だいすき！！」など 2005 年 8 月　大学大学院内にストーリーマーケティング研究室を設置 ブランデッドエンタテインメントの領域において映像コンテンツ制作と WEB コンテンツ制作の狭間にある誰もがまだ手をつけていない領域をフィールドとし、ストーリーマーケティング理論を研究し、その理論に基づいて、コンテンツプランニングやコンテンツ制作を行い、企業とそのプロダクトに対し一連のストーリーマーケティング活動をビジネスモデルしていくことを目的とする。
論文・学会活動など	■　2004 年 7 月，映画「恋愛白書」，プロデューサー・監督 ■　2004 年 10 月～，テレビ朝日，「やぐちひとり」，プロデューサー ■　2005 年 1 月，ＴＢＳ，水曜プレミア「大岡多聞の事件日誌」，演出 2008 年 1 月～3 月，ＴＢＳ，「だいすき!! 」，プロデューサー
著書	
受賞暦	
応用研究	
委託研究	
プロジェクト	■　2005 年 11 月，明治製菓株式会社とのプロジェクト研究，「チョコレートンの冒険」明治製菓サイトにて配信 ■　2005 年 2 月，イトーカンパニー／デジタルハリウッド大学大学院，共同企画ショートドラマプロジェクト作品名「TORILOGIA」，渋谷アップリンクファクトリー上映 ■　2005 年 2 月，イトーカンパニー／デジタルハリウッド大学大学院，共同企画ショートドラマプロジェクト作品名「TORILOGIA」，ＢＩＧＬＯＢＥ配信 ■　2005 年 4 月，イトーカンパニー／デジタルハリウッド大学大学院，共同企画ショートドラマプロジェクト，作品名「TORILOGIA」制作，DVD 発売 ■　2005 年 6 月，イトーカンパニー／デジタルハリウッド大学大学院，共同企画ショートドラマプロジェクト，作品名「TORILOGIA」制作，BS 朝日放映 ■　2006 年 1 月，イトーカンパニー／デジタルハリウッド大学大学院，共同企画ショートドラマプロジェクト，作品名「TORILOGIA」制作，ソニースタイル PSP ソフトダウンロードサービス ■　2006 年 3 月，トヨタオフィス共同企画ショートムービープロジェクト，「クリーチャー」制作 ■　2006 年 12 月，明治製菓株式会社プロジェクト研究，「アミコラ劇場」を配信 ■　2006 年 12 月，明治製菓株式会社プロジェクト研究，「アミコラぐるぐるグルメ」

	サービス開始 ■ 2006 年 12 月，ストーリーマーケティング研究室、ストーリーマーケティング研究調査ＷＥＢ「シンノスケの御茶ノ水天文台観測」制作 ■ 2007 年 11 月,テレビ朝日・携帯シネマフェスティバル、共同運営 ■ 2008 年 2 月～2008 年 6 月予定，株式会社ジェーシービー共同研究プロジェクト，「ネット社会向け決済ソリューションの技術・商品の開発・研究を目的とした産学協同の情報交換セッション」 2008 年 3 月，イトーカンパニープロデュース「STAR Chart Project」／デジタルハリウッド大学大学院,「ショートドラマ制作プロジェクト，作品名「『たとえば、どこでもない、空の下で。』制作，ＤＶＤ発売
講演など	2005 年 11 月，Apple Store Ginza,「チョコレートンの冒険！」上映メイキングセミナー」

氏名	**吉田 就彦 ／ Narihiko Yoshida**
担当科目等	ヒットプロデュース能力開発演習 II
所属・役職	■デジタルコンテンツ研究科デジタルコンテンツ専攻　教授 ■（株）ヒットコンテンツ研究所 代表取締役社長／（株）テイツー取締役
研究・実務活動概要	（株)ヒットコンテンツ研究所代表取締役社長、(有）ワイズハウス代表取締役、(株）テイツー取締役。キャニオンレコード（現ポニーキャニオン）にて音楽、映像、ゲーム、マルチメディア等の制作、宣伝業務。制作ディレクターや宣伝プロデューサーとして「チェッカーズ」や「おニャン子クラブ」、「中島みゆき」等の数々のヒットを手がける。映画プロデューサーとしても「ビートたけし」主演の「教祖誕生」等の制作をおこなう。 　また、邦画・洋画の映画、テレビドラマ、アニメ、ビジュアルアイドル、スポーツ、ラーニング、ハウツー、キッズ等のビデオビジネスやＧＡＭＥ、マルチメディア商品のビジネス・マネージメントにもたずさわる。ポニーキャニオンでの最後の仕事は国民的なヒットとなった「だんご３兄弟」。デジタルガレージに取締役副社長として転職後、EC 事業、オークションエスクロウ事業の立ち上げ、CCO（Chief Content Officer）として、国内大手通信事業会社に対し、インターネットにおけるコンテンツ・ビジネスのコンサルティング業務等をおこなう。デジタルガレージは２０００年１２月に JASDAQ 市場にて IPO を果たす。 　現在は、コンテンツ・アナリストを標榜して、公開会社を含む数社の取締役、顧問業務など、デジタルコンテンツ関連事業のコンサルティングを行なっている。 デジタルハリウッド大学大学院では、ヒットコンテンツに係わる研究室を設立し、応用研究、プロジェクト研究を通じて、コンテンツ・ビジネス関連の研究・人材能力研究を行っている。
論文・学会活動など	2006 年 6 月､日本マーケティング・サイエンス学会発表「ヒット現象の数理モデル」。2005 年 9 月､共著(鳥取大石井教授)､鳥取大学工学部研究報告第３６巻。2007 年 11 月、共著(鳥取大石井教授)､鳥取大学工学部研究報告第３７巻。
著書	[著書] ■ヒット学　コンテンツ・ビジネスに学ぶ6つのヒット法則, 2005 年, ダイヤモンド社, 単著 [コラム] ■音楽主義（社）音楽制作者連盟, 単著
受賞暦	
応用研究	
委託研究	
プロジェクト	■ヒットコンテンツ研究室 「ヒットプロデュース能力開発研究」 「EQ 理論によるヒットコンテンツプロデューサーの能力分析の研究」 ヒットを生み出すコンテンツプロデューサーの特殊な能力を EQ 理論等により明らかにし、その能力開発育成プログラムに必要な能力を特定する研究。EQ 理論､NLP 理論によるコミュニケーション能力からの視点と実際の現場におけるプロデュース能力との比較から、ヒットを生み出すプロデューサー像を特定し、5UP1DOWN と名付けた行動特性をヒットプロデューサーの行動特性と定義。これらの知見により、大きく期待される「コンテンツプロデューサー」育成プログラムの開発になり、能力開発プログラムの作成まで開始し、実証実験を重ねている。平成 19 年度より、デジタルコンテンツ研究科プロデューサー育成カリキュラムとして科目を導入 「ヒット現象の数理モデルの研究」 鳥取大学石井教授との共同研究により、吉田著作の「ヒット学」の数理的なアプローチによるヒット理論の理論構築を行なう。複雑系理論、経済物理学、マーケティング分野の理論との連動も視野に入れて、コンテンツのヒットを

	数理的に解析していく。実際の数値データ（音楽 CD 販売数、映画興行データ、ブログデータ、各種マーケティングデータ等）により、数理モデルを検証、精緻化して方程式の各パラメーターを特定していく。さらには、モデル式から得られたヒットのシミュレーションから実際のマーケティングに応用可能な知見を得ることも目的とする。
講演など	2005 年 12 月，京都大学基礎物理学研究所研究会「経済物理学Ⅱ」，発表タイトル「ヒット現象の数理モデル」，鳥取大石井先生と共著発表。経済物理学の研究会にて、「ヒット現象の数理モデル」を提出。ヒット効果の減衰効果などの実データを示し、発表。 2006 年 3 月，統計数理研究所「経済物理学」研究会，発表タイトル「ヒット現象の数理 モデル」，鳥取大石井先生と共著発表。経済物理学の研究会にて、「ヒット現象の数理モデル」を提出。ヒット効果の減衰効果などの実データを示し、発表。 2006 年 6 月，日本マーケティングサイエンス学会発表。タイトル「ヒット現象の数理モデル」，鳥取大石井教授と共著。日本マーケテイングサイエンス学会(ＪＩＭＳ）の本大会において、「ヒット現象の数理モデル」を提出。ヒット効果の減衰効果などの実データを示し、発表。音楽アーテストの YUKI のケースや TV ドラマ「電車男」「女王の教室」のケースで「石井・吉田の Blog モデル」を披露。前研究の「マーケテイング・シェア・モデル」「BASS モデル」との関連性等も考察。さらに実際のマーケティング事例として「倖田來未」の事例を取り上げ、検証した。 2007 年 10 月，ＣＥＡＴＥＣｼﾞｬﾊﾟﾝにて講演。タイトル「ヒット学～デジタルテクノロジーを生かすプロデューサーの時代へ」 2007 年 11 月，「セカンドライフ」の音楽業界向けセミナーをオーガナイズ。 2008 年 5 月，福岡県コンテンツ産業拠点推進会議にて講演。タイトル「ヒット学～デジタルインパクトが与えるヒット法則の変化～」

※ 本学の特色の一つである産学官連携による研究活動の実績を広く公表する必要性があるという認識から、本資料では直近（平成 20 年 8 月末時）での実績を記載している。

資料２１　　デジタルハリウッド大学利益相反マネジメント専門委員会規則

（制定　平 18. 5.15
改正　平 20. 2.14）

（目的）

第１条　この規則は、デジタルハリウッド大学利益相反マネジメント専門委員会（以下「専門委員会」という。）に関し必要な事項を定めるものとする。

（審議事項）

第２条　専門委員会は、次の各号に掲げる事項について調査・審議する。

⑴　利益相反マネジメントの方針に関する事項

⑵　職員に対する利益相反の審査に関する事項

⑶　その他利益相反に関する必要な事項

（組織）

第３条　専門委員会は、次の各号に掲げる委員をもって組織する。

⑴　学長

⑵　学部長

⑶　大学事務局長及び大学院事務局長

⑷　学長が指名する専任教員　２名

⑸　デジタルハリウッド株式会社監査役、法務担当　各１名

（任期）

第４条　委員の任期は１年とし、再任を妨げない。ただし、委員に欠員が生じたときの補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

（委員長等）

第５条　専門委員会に委員長及び副委員長を置き、その任命は、委員の互選により学長がこれを行う。

２　委員長は、専門委員会を招集し、その議長となる。

３　副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故あるときは、その職務を代行する。

（定足数及び議決方法）

第６条　専門委員会は、委員の３分の２以上の出席がなければ、委員会を開くことができない。

２　議決を要する事項については、出席委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

（ワーキンググループ）

第７条　委員会は、必要があるときは、特定の事項についてワーキンググループを設けることができる。

（委員以外の者の出席）

第８条　委員長が必要と認めたときは、専門委員会に委員以外の者の出席を求めて意見を聴くことができる。

（守秘義務）

第９条　専門委員会の委員は、その任期中及び任期終了後において、職務上知り得た秘密を他に漏らしてはならない。

（庶務）

第１０条　専門委員会の庶務は、大学及び大学院教務グループにおいて処理する。

附　則

この要項は、平成１８年６月１日から実施する。

附　則

この規則は、平成２０年４月１日から施行する。

資料２２　デジタルハリウッド大学　利益相反マネジメントガイドライン

平成19年3月28日

利益相反マネジメント専門委員会

１．目的

デジタルハリウッド大学は、大学の主たる使命である教育・研究に対する責務を全うしつつ、社会貢献を通じ、国際社会や地域社会に貢献することを目的としている。このため、産学官連携を推進し、研究等の成果を積極的に産業界に技術移転をすることや、大学発ベンチャーの育成支援を行っていく。

産学官連携の推進に当たり、デジタルハリウッド大学（以下「大学」という。）及び大学の教職員、学生が公正かつ効率的な研究等の活動を行っていく上で、いわゆる「利益相反」や「責務相反」の問題が不可避的に生じ得る。

これらを踏まえ、公正かつ効率的な教育・研究について、大学発ベンチャー等の社会貢献活動等を活発にしつつ、かつ、大学の運営の透明性を高めていくために、我々が常に意識しなければならない姿勢とルールとして、ここにデジタルハリウッド大学利益相反マネジメントガイドライン（以下「ガイドライン」という。）を策定する。

２．利益相反の定義

利益相反（広義）とは、狭義の利益相反と責務相反を含むものとする。
狭義の利益相反とは、教職員又は大学が産学官連携活動に伴って得る利益（実施料収入、兼業報酬、未公開株式等）と、教育・研究という大学における責任が衝突･相反している状況をいう。教職員個人が得る利益と教職員個人の大学における責任との相反（個人としての利益相反）と大学組織が得る利益と大学組織の社会的責任との相反（大学（組織）としての利益相反）とが含まれる。責務相反とは、教職員が主に兼業活動により企業等に職務遂行責任を負っていて、大学における職務遂行の責任と企業等に対する職務遂行責任が両立し得ない状態をいう。
ただし、本学の利益相反・責務相反とは、本学の教育研究活動において生じた研究成果、技術、作品、知財等を対象とするものとする。

３．利益相反マネジメントの基本的な考え方

（１）教育、研究、社会貢献という大学の果たすべき役割に鑑み、大学の教職員は、教育・研究に支障のない範囲内で、技術移転等を推進することを責務の一つとしている。

（２）大学は、研究等の成果である発明等の産業界への移転を大学発ベンチャーの育成も含め積極的に奨励するとともに、技術移転活動等の産学官連携の推進等を公正かつ効率的に行うために、教職員の利益相反を未然に防止し、生じた利益相反については、解決のための措置を講じる。

（３）教職員は、技術移転活動等の産学官連携の推進を行う上で利益相反を生じさせないことを責務とする。法律的に合法と解される場合であっても、公正性が疑われることのないよう、利益相反のマネジメントを行う。

（４）利益相反のマネジメントを行うにあたっては、学生の教育･研究上の利益の確保に留意する。

４．利益相反マネジメントの対象及び基準

（１）対象者の範囲
　　教職員（非常勤を含む）
（２）基準
大学における職務に対して個人的な利益を優先させると見られたり（狭義の利益相反）、個人的な利益があるなしにかかわらず本学外部活動と本学での教育研究活動の両立に疑義が生じていると見られるなど（責務相反）、大学の教育･研究活動等の公正さに疑念を生じさせているか否かを基本的な判断基準とする。

（３）利益相反の生ずる可能性がある行為は、概ね次の場合をいう。
① 兼業活動（技術指導を含む）の場合
② 職務に関連し、報酬、株式保有等の経済的利益を有する場合
③ 本学以外の企業、大学等に大学の教職員が自らの発明等を技術移転等する場合
④ 共同研究や受託研究に参加する場合
⑤ 外部から設備・物品、寄附金の供与を受ける場合
⑥ ①～⑤の相手方等何らかの便益を供与される者に対して、施設、設備の利用を提供する場合
⑦ ①～⑤の相手方等何らかの便益を供与される者から物品を購入する場合
⑧ その他研究活動に関し、社会通念上不相当と思われる何らかの便益を供与され、又は供与が想定される場合

利益相反が問題となる可能性の低い具体事例

１．出版した書籍、委託された原稿、単発的な講演に対する印税、謝礼金の受領
２．政府機関、民間機関等に対するコンサルタント業務

利益相反が問題となる可能性のある具体事例
１．本学における教育研究において得た、研究成果、技術、作品、知財などを活用し、企業活動への学生または研究生の関与
２．本学における教育研究において得た、研究成果、技術、作品、知財などを活用し、利害関係のある企業等から支援を受けた研究活動
３．本学における教育研究において得た、研究成果、技術、作品、知財などを活用し、利害関係のある企業等が所有する技術を評価する研究活動
４．本学における教育研究において得た、研究成果、技術、作品、知財などを活用し、利害関係のある企業等からの調達活動

５．教職員の責務

（１）教職員は、大学の諸規則等に定める場合を除いては、大学の定める勤務時間中は職務に専念し、大学が なすべき責を有する職務に誠実に従事しなければならない。
（２）教職員は、職務遂行上知りえた秘密を自己の利益を追求するためだけに使用してはならない。
（３）教職員は、上記４．（３）に該当する場合は、大学に対して報告をしなければならない。

６．利益相反マネジメントの体制

（１）利益相反マネジメント専門委員会は、利益相反マネジメントガイドラインの制定及び改廃、利益相反防止に関する施策の決定その他の利益相反に関する重要な事項を審議する。
（２）大学は、利益相反が疑われる場合は、必要な調査を行い、当該案件が大学として利益相反に相当するかどうか検討する。教職員は、当該調査に協力する義務を有する。
（３）学長は、利益相反のある教職員に対し適当な措置を求めることができる。この場合、学長は、 事前に利益相反マネジメント専門委員会に諮らなければならない。
（４）教職員は、前項の措置に従わなければならない。大学の措置に不服がある場合は、学長に申し出ることができる。この場合、学長は、利益相反マネジメント専門委員会に諮らなければならない。
（５）利益相反に係る事務は、大学事務局において行う。

７． その他

その他、利益相反マネジメントに関する事項は、利益相反マネジメント専門委員会にて協議する。

８．このガイドラインは、平成１９年４月１日から適用する。

資料23　デジタルハリウッド大学　OJT（On the Job Training）ガイドライン

1. 定義

・本学と企業（教員）および自治体による産学協同プロジェクト

・Web・CG等のワークショップ型プログラム

2. 意義

・学生　　実際の制作過程に基づいた企画から制作納品をすることでの経験値、実績の蓄積

・企業（教員）　　通常の制作会社では実現できない新しいアイディアや成果物への期待

将来的な人材戦力の育成も期待

＊対価として、学生への学習効果への協力、指導などをいただく。

・本学　　教育現場としてのプログラムの充実

企業との協力体制の強化

学生プロジェクトの大学広報

3. 種類

1）非営利団体の紹介等

【　例　】　　NPOや任意団体の紹介を行うコンテンツの制作

行政や町興しなど、公共性の高いコンテンツの制作

【対応方法】　　比較的、学生プログラムとしては取り組みやすい内容であり、基本的に学生が自分の作品として制作する。従ってライセンスは学生版のライセンスで可。（NPO 団体などが、商用的な2次利用する場合は企業案件の対応方法に順ずる）

2）企業案件

【　例　】　　映画や商品のプロモーション作品の制作

【対応方法】　　OJTの前提としては、学生作品として作品のクオリティが良かった場合に企業側で採用されるものであり、確実に納品が出来るなどの契約は交わさない。従って残念ながら採用されないという場合がある旨を企業側には事前に理解頂いている。上記の理由から、制作中は学生版のライセンスを使用することが可能。しかし、採用が決まった時点で商用利用をすることが予め決定している場合は、その案件に取り組む時点で商用版のライセンスを保有している必要がある。その場合、ライセンスの保有は原則的にクライアント側の負担だが、案件に応じて、本学側で保有することも可能。

3) 学生コンテストの優秀作品が商用利用される場合

【　例　】　企業ロゴのデザインコンテスト

CM コンテスト

【対応方法】　作業環境に関しては、当然学生コンテストであるため、学生版を使用することが出来る。コンテストの主催側、もしくはコンテストの提供企業が、学生作品を商用利用する際には商用版ライセンスを保有する必要がある。

4. 打合段階の伝達事項

① OJT は有志で行うものであり、授業ではない。（参加の強制は出来ない）

② 時期、企画内容によっては、希望学生が集まらないこともある。

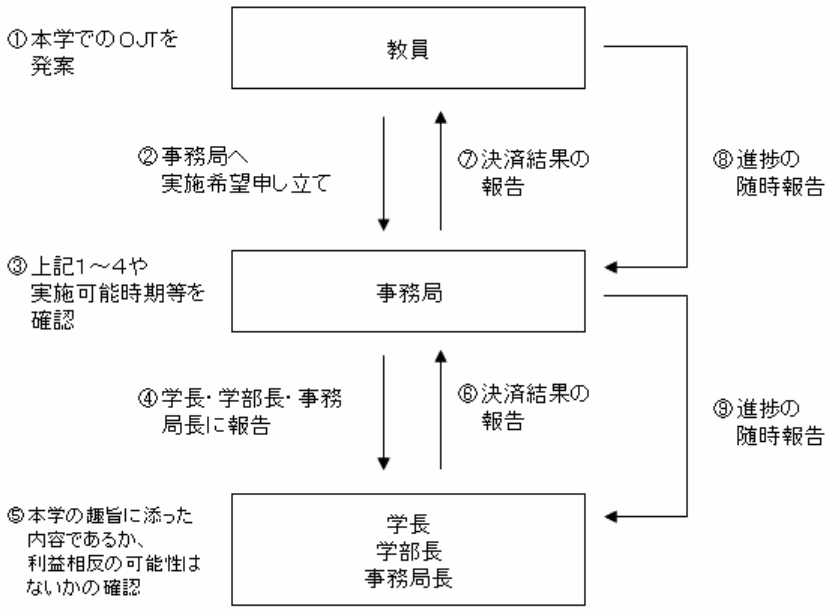
③ 学習効果が無いものは、引き受けることが出来ない。（受注案件ではない）

④ 学習効果を出すために、企画～プレゼン～制作と流れを踏むため、
通常のサイクルよりも時間がかかる。（短い期限での実施は出来ない）

⑤ 学生はアカデミックのアプリケーションを使用している。

⑥ デメリット部分の説明については、リスクヘッジであり、開催を拒むものではない。

5. 体制



資料24　在籍者数の推移（平成19年度3月末時）

分類		累計	16年度				17年度				18年度				19年度			
			4月	8月	12月	3月	4月	8月	12月	3月	4月	8月	12月	3月	4月	8月	12月	3月
16年度（1期生）	入学者計	57	57	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	修了者計	40	0	0	0	16	0	0	0	17	0	5	0	0	0	0	0	2
	退学・除籍者計	5	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1
	在学者数小計	—	57	56	56	39	39	39	39	22	—	—	—	—	—	—	—	—
17年度（2期生）	入学者計	74	—	—	—	—	74	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	修了者計	41	—	—	—	—	0	0	0	16	0	0	1	13	0	1	0	10
	退学・除籍者計	11	—	—	—	—	0	1	0	0	0	0	2	2	0	0	3	3
	在学者数小計	—	—	—	—	—	74	73	73	57	57	57	54	39	—	—	—	—
18年度（3期生）	入学者計	85	—	—	—	—	—	—	—	—	67	5	13	—	—	—	—	—
	修了者計	31	—	—	—	—	—	—	—	—	0	0	0	16	0	4	1	10
	退学・除籍者計	9	—	—	—	—	—	—	—	—	0	0	0	0	0	1	6	2
	在学者数小計	45	—	—	—	—	—	—	—	—	67	72	85	69	69	64	57	45
19年度（4期生）	入学者計	81	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	55	12	14	—
	修了者計	7	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0	0	0	7
	退学・除籍者計	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0	0	1	0
	在学者数小計	73	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	55	67	80	73
入学者数合計		297	57	—	—	—	74	—	—	—	67	5	13	—	55	12	14	—
入学者数累計		297	57	57	57	57	131	131	131	131	198	203	216	216	271	283	297	297
修了者数合計		119	—	—	—	16	0	0	0	33	0	5	1	29	0	5	1	29
修了者数累計		119	—	—	—	16	16	16	16	49	49	54	55	84	84	89	90	119
在籍者数		118	57	56	56	39	113	112	112	79	124	129	139	108	124	131	137	118

資料25　課題提出の流れ

スケジュール

予備：12/2(日)24時迄 最終：1/13(日)24時迄	2/16(土)～24(日)	3/8(土)18時迄	3/11(火)
登　録　締　切 ▶	１次提出期間 （教員面談） ▶	最終提出締切 ▶	修了判定
下記の手順に従ってGWの「 ワークフロー　」から登録して下さい。 新規申請作成 表題 「修了課題制作登録」を選択 （その下の欄に氏名記入） 申請先に「Staff」を選択 ↓ 申請内容 書式選択で「修了課題制作登録」を選択 必要事項を記入し「OK」をクリック 数日後「認or否」を確認	期間中に設定される担当教員との面談にて制作した課題を「完成品」として教員に提出します。教員からは内容についての質問がなされ、修了課題提出としての可否が判断されます。 この段階で十分なクオリティであれば、この時点で最終提出となります。NGと判断された場合は次の最終提出に進めません。もう一歩という時は教員のアドバイスに従って改善し、再提出（最終提出）が可能です。	前ページを参照の上、事務局に設置される提出BOXに提出のこと。 *1 18時以降の提出は理由の如何を問わず不可 *2 郵送、宅配等でも18時までに届いたものに関しては受付可 ただし、運送会社の都合や事故で遅れた場合でも、受付ません	当日行われる専任教員会議にて修了の可否が判定されます。 ▼ 3/28(金) 修了認定 （通期単位認定） 成績表の配布をもって修了認定の可否を通知いたします。事務局までお越しください。

修了課題提出について

作成にあたって

（シラバスより抜粋）以下の条件を反映した成果物であること

・製品化を目指すレベルのオリジナルコンテンツ、もしくは新規ビジネスとして実用化を目指すレベルのサービスであること
・以後の実務にて活用できるように、その制作過程において培われた、制作およびプロジェクト進行の手法を体系化すること
・新規性、先見性の認められる仮説を立て、それを検証するといった試みがなされていること。

また、各々の課題内容に応じた教員に事前によく相談し、担当教員としてご指導を仰げるように依頼して下さい。
基本的には履修したゼミの担当教員とします。

提出形式

上記条件を満たしていれば形式は自由。但し提出に際しては以下の点に注意。
・企画書等の場合
　→CD-R又はDVDにWin対応で保存したPPT、Word、Excel等の「データ」と、それを印刷した「紙面」の双方を提出
・映像コンテンツの場合
　→miniDVかDVDで提出
これらのデータをA4サイズの封筒にいれ、表に「課題提出用紙」（GWよりDL）を貼付し提出。
データの返却はいたしませんのでご注意ください。

評価方法

提出された資料をもとに担当教員と後日 面談を行って頂きます（口述試験）。
採点は原則として担当教員が行いますが、内容に応じて担当教員以外の教員との面談が必要な場合があります。最終的な合否判定は修了判定会議（専任教員会議）にて決定されます。

その他注意事項

テーマの設定趣旨を明確にしてください

ポイントは
「この課題が専門職大学院を修了し高度専門職業人を目指す皆さんの今後のキャリアにどういかされるのか」
が明確になっていることです。この課題が修了する為だけに作られたものではなく、今後の皆さんの活動に不可欠であるものであることをしっかり説明してください。

チームで制作した方は役割分担を明確にしてください

チームとしての成果物は同じでも、提出は各自で行ってください。プロデューサー、ディレクターのほか、役割の別など、担当した部分が明確にわかるような表を1枚つけるとよいでしょう。

予備知識のない人でも数分で企画趣旨を理解できるよう資料を工夫して下さい

修了判定会議では、教員の方々が少ない時間で大量の課題をチェックします。みなさんのテーマに関連する分野外の教員でも、すぐに企画趣旨がわかるように、企画概要を1枚だけにまとめたものを最初のページにつけるなどの工夫を施してください。

最終登録後は、テーマ・教員・提出時期の変更は出来ません。

テーマ、教員が最終登録時と異なる場合は提出されても認可されません。また、最終登録をしたにもかかわらず修了課題を期日までに提出しなかった場合は、「修了課題制作」の2単位を取得できなかったことになります。次学期に提出される場合はあらためて「修了課題制作」を再履修する（別途費用が発生）ことになりますのでご注意ください。

資料２６　ＪＡＳＳＯ奨学金受給者数

	第一種	第二種	両種
平成 16 年度	６名	４名	０名
平成 17 年度	９名	４名	１名
平成 18 年度	３名	１名	１名
平成 19 年度	２名	０名	２名

資料２７　就学奨励金制度

就学奨励金制度	募集人数	減免額	募集期間	試験方法
クリエイターインセンティブ（ファーストクラス）	若干名	入学金及び学費免除	本学が必要と判断した場合のみ募集	一般試験と同様
クリエイターインセンティブ（セカンドクラス）	10 名程度	入学金免除	通常一般入学試験と同様	一般試験と同様

資料２８　留学生受入実績

	留学生数
平成 16 年度	０名
平成 17 年度	１名
平成 18 年度	６名
平成 19 年度	１８名

資料２９　デジタルハリウッド大学キャンパス・ハラスメントの防止等に関する規則

〔学長裁定　平 20. 3. 5〕

（趣旨）

第１条　デジタルハリウッド大学（以下「本学」という。）は、本学のすべての構成員が、日本国憲法、教育基本法（平成十八年法律第百二十号）及び男女雇用機会均等法（昭和四十七年法律第百十三号）等の精神に則り、一人ひとりが相互に個人として尊重され、安全、平等かつ快適な状態で教育・研究、修学、就労ができる権利を有するものとの共通認識の下、この規則を定める。

（目的）

第２条　この規則は、本学におけるキャンパス・ハラスメントの防止等に関し必要な事項を定めることを目的とする。

（定義）

第３条　この規則において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

⑴　「ハラスメント」とは、悩ます・悩まされること、嫌がらせ、いじめの意で、相手の意志に反して不快や不安な状態に追い込む言葉や行為をいう。ハラスメントに該当するか否かについては、行為者の意志とは関係なく、相手方がどのように感じたか、受け取ったかに起因する。ただし、教育上、職務上の指導の場合は、この限りではない。

⑵　「キャンパス・ハラスメント」（以下「ハラスメント」という。）とは、セクシュアル・ハラスメント（生物学的な性別を原因とする嫌がらせなど）、ジェンダー・ハラスメント（社会的な意味での性別による差別的扱いなど）、パワー・ハラスメント（職場での地位を背景にしたいじめなど）、アカデミック・ハラスメント（教育現場での権力を利用した嫌がらせなど）、アルコール・ハラスメント（飲みの場での強要・拘束・暴言など）の各種ハラスメント及び民族、国籍、宗教等に関する差別問題を含む人権侵害の総称とし、本学に関わる教育・研究活動、学生生活、大学運営において起りうるあらゆる形態のハラスメントを指し、キャンパスを構成する多様な構成員の人権全般に関わる問題をいう。

⑶　教員とは、専任教員、兼任教員、ゲスト講師及び研究員、ＴＡなど、勤務形態にかかわらず、本学で行われる教育・研究活動に携わる者をいう。

⑷　学生とは、大学院生、学部学生、外国人留学生、科目等履修生、聴講生及び研究生など、本学において修学及び学生生活を行う者をいう。

⑸　職員とは、正社員、契約社員など、勤務形態にかかわらず、大学運営事務に携わる者をいう。

⑹　構成員とは、教員、学生及び職員など本学で行われる教育・研究活動、学生生活、大学運営に関わりのあるすべての者をいう。

（構成員の責務）

第４条　構成員は、相手の立場を尊重することに努めるとともに、信頼関係を損ない、人としての尊厳を傷つける行為を起さないこと、及び防止することに努めなければならない。

２　教員は、学生との間に、教育・指導・評価などを与える者とこれを受ける者という力関係を内包しているということを認識し、これを濫用することのないよう努めなければならない。

３　学生は、被害者となるだけではなく、加害者にもなり得るということを認識しつつ、ハラスメントに発展する恐れのある行為、及び場所等への参加をすることのないよう努めなければならない。

４　職員は、教員及び学生との職務上の接点も多いことから、その言動には厳に留意し、職務以外での教員及び学生との交流を慎むよう努めなければならない。

（学長の責務）

第５条　学長は、本学のハラスメントの防止に努めるとともに、ハラスメントが発生した場合は、迅速かつ的確な対応をしなければならない。

（適用範囲）

第６条　構成員は、離職後又は卒業・退学などで学籍を失った後においても、在職中若しくは在学中に受けた被害についての訴えを申し出ることができる。

２　ハラスメントが、本学の構成員相互間において問題となる場合には、学内・外、授業中・外、課外活動中・外、勤務時間内・外など、それが起った場所・時間帯を問わず、適用される。

３　ハラスメントが、構成員とそれ以外の者との間において問題となる場合には、当事者間に職務上の利害関係のあるときに限り、適用する。ただし、加害者が構成員以外の者であるときには、本学として解決のために必要かつ適当な措置をとるよう努力する。

（ハラスメント対策グループ）

第７条　本学に、ハラスメントに関する相談を受け付けるため、ハラスメント対策グループ（以下「対策グループ」という。）を設置し、その組織は、別表１のとおりとする。

２　対策グループに対する相談は、下記ｅ－ｍａｉｌアドレス宛に行うこととする。

ｈａｒａｓｓｍｅｎｔ@ｄｈｗ．ａｃ．ｊｐ

３　対策グループは、構成員から相談を受け付けた場合は、当該相談の内容、状況等を鑑み、相談体制又は調査体制（以下「調査チーム」という。）の整備を行い、その後の対応を検討する。

（調査チーム）

第８条　本学におけるハラスメントに関する問題の解決を図るための組織として、前条第３項の規定に基づき整備される調査チームをもってあてる。ただし、組織は固定せず、当該相談の内容、状況等を考慮し、対策グループでの協議のもと、案件ごとに選出する。

２　調査チームは、相談に関し、その事実確認、適切な助言、指導、調整等により相談者の救済措置にあたる。その際、相談者の主体的判断を尊重しながら、状況等に応じ、次の各号に掲げる事項の対応をとる。

⑴　訴えられた者への注意の通告をすることを、学長に対して要請する。
⑵　配置換え、ゼミ及びクラス等の変更など、救済策を取るよう学長に対して要請する。
⑶　訴えられた者に対して「対策チームによる実態調査」開始の通告後、訴えられた者への事情聴取を含めて、事実関係を調査し、学長に実態調査報告書を提出する。

（処分）

第９条　前条の規定に基づく調査等の結果、問題の解決を図るために、何らかの処分が必要となる場合は、処分を受ける者が教員及び学生にあっては教員会又は教授会の議に基づき、職員にあっては経営会議の議に基づき、学長又は経営会議がこれを行う。

２　第１０条から第１３条までに規定する事項に違反した場合も、前項の規定を準用する。

（プライバシー等の保護）

第１０条　ハラスメントに関する対応に当たるすべての者は、当事者及び関係する者のプライバシーや名誉その他人権を尊重するとともに、知り得た秘密を他に漏らしてはならない。

（不利益取扱いの禁止）

第１１条　すべての構成員は、ハラスメントに対する相談、当該相談に係る調査への協力その他ハラスメントに関して正当な対応をした構成員に対し、そのことをもって不利益な取り扱いをしてはならない。

（報復・もみ消し等の禁止）

第１２条　訴えられた者を含めすべての構成員は、相談者、事実関係の調査に協力した者及びその他対応者に対して、報復又は報復をほのめかすこと、事件のもみ消しを図ってはならない。

（虚偽申立ての禁止）

第１３条　虚偽であることを知って、嘘の相談や救済申し立てをしてはならない。また、事実関係の調査の際に、虚偽の証言や十分な根拠がないままに無理に事実である旨の証言をすることはしてはならない。ただし、自分が実際に見聞ないし経験したことについては、これを他の証拠を示して証明することができないからといって、「根拠がない」とされるわけではない。

（規則の改廃）

第１４条　この規則の改廃は、学長がこれを行う。

附　則

この規則は、平成２０年４月１日から施行する。

別表１

名　称	組　織	連絡先
ハラスメント対策グループ	ｈａｒａｓｓｍｅｎｔ@ｄｈｗ．ａｃ．ｊｐ	
	杉山知之　学長	
	廻健二郎　大学事務局長	
	齊藤知也　大学院事務局長	
	楢木野綾子	
	赤松寛明	

資料30 教員一覧

NO	職名	校舎	氏名	フリガナ	職名（本業）	担当講義名
1	客員教授	東京	飯田和敏	イイダカズトシ	(有)バロウズ 取締役社長／デジタルハリウッド大学 専任教授	ゼミ
2	客員教授	東京	生田昌弘	イクタマサヒロ	(株)キノトープ 代表取締役／(株)イノベーションラボ 代表取締役	Webメディア論
3	客員教授	東京	伊藤雅之	イトウマサユキ	監査法人トーマツ TMTグループ パートナー／公認会計士	特ゼミ
4	客員教授	東京	伊藤三八	イトウミツヤ	公認会計士・税理士	コンテンツプロデューサーの為の会税・税務
5	客員教授	大阪	稲泉綾二	イナイズミリョウジ	コンテンツクリエイター 認定マルチメディア講師	ポストプロダクション先端技術演習／ゼミ
6	客員教授	東京	衣袋宏美	イブクロヒロミ	ネットレイティングス株式会社	インターネットマーケティングにおけるデータ分析基礎 インターネットマーケティングにおけるアクセス解析実践
7	客員教授	東京	内田康史	ウチダヤスシ	(株)GDH 執行役員副社長COO	コンテンツ海外展開手法
8	専任教授	東京	海老根智仁	エビネトモヒト	(株)オプト 代表取締役CEO／中小企業診断士	インターネットマーケティング／事業計画手法／ビジネスモデル演習
9	客員教授	大阪	大島一豊	オオシマカズトヨ	(有)マーケティングメソッド研究所 代表取締役	クライアントマネジメント
10	客員教授	東京	荻野健一	オギノケンイチ	株式会社日テレ アックスオン	通信と放送の融合の中でのITビジネス論/ゼミ
11	専任講師	東京	小倉以索	オグライサク	CGディレクター	デジタル映像表現手法／デジタルグラフィックス表現演習Ⅱ
12	客員教授	東京	小椋久雄	オグラヒサオ	(株)共同テレビジョン制作センター ドラマ部担当部長	映像演出
13	客員教授	大阪	小倉由也	オグラヨシヤ	n2communications,inc 代表取締役社長	映像監督のストーリー演習／デジタルグラフィックス表現演習Ⅱ
14	客員教授	東京	小田実	オダミノル	監査法人トーマツ TMTグループ シニアマネジャー	特ゼミ ※平成20年4月1日より専任教員として就任予定
15	客員教授	東京	小畑正好	オバタマサヨシ	CGスーパーバイザー	アニメコンテンツマネジメント
16	専任講師	東京	加藤洋	カトウヨウ	(株)ギアチェンジ 代表取締役社長・CEO	キャラクターマーケティング／ゼミ
17	客員教授	東京	亀田卓	カメダタカシ	広告会社勤務	映画製作におけるファイナンスとリクープ
18	専任教授	東京	川井拓也	カワイタクヤ	(株)ヒマナイヌ 代表取締役社長	クロスメディア演習／ゼミ
19	客員教授	東京	川原信宏	カワハラノブヒロ	(株)リクルート コーポレート・コンピタンスマネジメント支援室エグゼクティブプロデューサー	ゼミ
20	客員教授	東京	岸良征彦	キシラマサヒコ	(株)ディーツーコミュニケーションズ コミュニケーションプロデューサー	モバイルビジネス実践
21	専任准教授	東京	木村元子	キムラモトコ	デジタルハリウッド・エンタテインメント(株)代表取締役副社長	映像プロデュース／ゼミ
22	客員教授	東京	久里耕介	クリコウスケ	NPO法人シネマインダストリーインスティテュート理事長 映画プロデューサーデジタルハリウッド大学客員教授	シネマ学・ゼミ
23	客員教授	東京	児玉徹	コダマトオル	九州大学大学院 芸術工学研究院 助教授	ゼミ
24	専任教授	東京	小林愛心	コバヤシアイシン	工学博士 Doctor of philosophy（SUNY、USA）／e・未来環境財団 会長	新IT産業論
25	客員教授	大阪	小森一平	コモリイッペイ	COMO企画代表	クライアントマネジメント
26	専任准教授	東京	斎賀和彦	サイカカズヒコ	映像ディレクター／(株)フレームワークスタジオ取締役	デジタルコンテンツ技術変革論／ポストプロダクション先端技術演習
27	専任教授	東京	齋藤茂樹	サイトウシゲキ	(株)日本デジタル・コンバージェンス代表取締役／日本MITエンタープライズフォーラム 理事	通信と放送の融合の中でのITビジネス論/ベンチャーキャピタルビジネス論
28	客員教授	大阪	咲本勝巳	サキモトカツミ	時計台ネット 代表／マーケティングコンサルタント	事業計画手法／ビジネスモデル演習/インターネットマーケティング/ゼミ
29	専任教授	東京	櫻井孝昌	サクライタカマサ	デジタルハリウッド(株)取締役／デジタルハリウッド・エンタテインメント(株)取締役	コンテンツ・メディアプロダクション
30	客員教授	東京	品田英雄	シナダヒデオ	日経BP社パソコン・ビズライフ局編集委員	ヒットコンテンツ事例研究
31	客員教授	東京	渋谷太郎	シブヤタロウ	(株)アイ・エム・ジェイ プロデューサー	Webプロデュース Ⅰ〈制作〉
32	客員教授	東京	島田勝夫	シマダカツオ	(有)キャリアマネジメントネット 代表取締役／デジタルハリウッド大学 専任教授	キャタクタービジネス・マネジメント／ゼミ
33	専任教授	東京	杉浦治	スギウラオサム	株式会社ウェブ・ワークス 取締役	特ゼミ
34	客員教授	大阪	杉浦幹男	スギウラミキオ	大阪デジタルコンテンツビジネス創出協議会（ODCC）プロジェクトマネージャー	クロスメディア演習／コンテンツビジネスにおけるコンプライアンス／ゼミ
35	客員教授	大阪	杉本展将	スギモトヒロユキ	有限会社ウィズテクノロジー代表取締役	WEBプログラミング演習
36	主任教授	東京	杉山知之	スギヤマトモユキ	デジタルハリウッド(株)取締役学校長／デジタルハリウッド大学院 学長／工学博士	デジタルコンテンツ産業概論
37	客員教授	東京	鈴木知幸	スズキトモユキ	東京丸の内・春木法律事務所	コンテンツビジネスにおけるコンプライアンス
38	客員教授	東京	鈴木啓明	スズキヒロアキ	ジェーピィックベンチャーキャピタル(株)執行役員常務 NPO法人日本MITエンタープライズ・フォーラム理事長 MIT教育委員日本代表 パイロエンタープライズ代表取締役社長	ゼミ
39	客員教授	東京	高橋一男	タカハシカズオ	(株)ディーネット 代表取締役	Webプロデュース Ⅲ〈企画・営業〉
40	客員教授	大阪	竹野内勝次	タケノウチカツジ	技術士（情報工学部門）／(株)竹野内情報工学研究所 代表取締役	新IT産業論
41	客員教授	東京	土井宏文	ドイヒロフミ	ジャパン・デジタル・コンテンツ信託(株)代表取締役社長／ジェット証券(株)取締役会長／知的財産権投資協議会（FCC協議会）事務局長	コンテンツビジネス法務・財務
42	専任准教授	大阪	栩木雅典	トチキマサノリ	Bugphant スーパーバイザー／大阪芸術大学デザイン学科インフォメーションデザインコース非常勤講師	デジタル映像表現手法／ゼミ
43	客員教授	大阪	仲久治	ナカヒサジ	フリーディレクター	映像演出
44	客員教授	東京	二階堂忠春	ニカイドウタダハル	米国NLP協会認定マスター・プラクティショナー／(株)廣済堂 プログラムディレクター	ヒットプロデュース能力開発演習Ⅱ
45	客員教授	東京	西尾安裕	ニシオヤスヒロ	IT関連勉強会デジコンサロン 世話人代表／ラブリバー多摩川を愛する会 事務局長	ゼミ
46	客員教授	東京	畑中朋子	ハタナカトモコ	拓殖大学専任講師／プランナー・リサーチャー	ゼミ
47	専任教授	東京	羽根拓也	ハネタクヤ	(株)アクティブラーニング 代表取締役／デジタルハリウッド大学院 CLO（教育手法最高責任者）	ゼミ
48	客員教授	東京	林豊	ハヤシユタカ	(有)ムーニーワークス 代表取締役社長	デジタルグラフィクス表現演習 Ⅰ
49	客員教授	東京	平山泰朗	ヒラヤマヤスロウ	(株)ウォークスコミュニケーションズ 代表取締役／NPO法人 全国イーコマース協議会 理事長	ゼミ
50	客員教授	大阪	福井修	フクイオサム	(株)ミーム CTO	Webプロデュース Ⅱ〈システム〉／ゼミ
51	専任教授	東京	藤本真佐	フジモトシンスケ	デジタルハリウッド(株) 代表取締役社長	ゼミ
52	客員教授	大阪	三木直志	ミキチョクシ	ベタビット株式会社 取締役／ナフタリン クリエイティブディレクター	WEBディレクション
53	専任教授	東京	三淵啓自	ミツブチケイジ	(株)日本ウェブコンセプツ 代表取締役／3U.com（米国）CEO	Webプロデュース Ⅱ〈システム〉／ITソリューション導入手法／ゼミ
54	客員教授	東京	村上亮	ムラカミトオル	(株)CROSS BODERS 代表取締役社長 (株)ハニカム 代表取締役社長	Webプロデュース Ⅲ〈企画・営業〉
55	客員教授	東京	茂木健一	モギケンイチ	Gashfara Inc. 代表	Webプログラミング演習
56	専任准教授	大阪	百谷正則	モモタニマサノリ	ビジュアルデザイナー	デジタルグラフィックス表現演習 Ⅰ /Webコンテンツマネジメント演習
57	客員教授	東京	森川亮	モリカワアキラ	NHN Japan(株) 取締役兼COO	ゼミ
58	客員教授	東京	矢野貴久子	ヤノキクコ	(株)カフェグローブ・ドット・コム 代表取締役	Webコンテンツ編集
59	客員教授	大阪	山中新一	ヤマナカシンイチ	㈱フロント・アイ 代表取締役	ITソリューション導入手法
60	専任教授	東京	山本和夫	ヤマモトカズオ	(株)ドラマデザイン社 代表取締役プロデューサー／シナリオインキュベーション 代表	映像監督のストーリー演習／ゼミ
61	専任教授	東京	吉田就彦	ヨシダナリヒコ	(株)ヒットコンテンツ研究所 代表取締役社長／(株)デジタルガレージ 顧問／(株)テイツー 取締役	担当科目：ヒットプロデュース能力開発演習Ⅱ／ゼミ
62	客員教授	東京	吉田雅紀	ヨシダマサキ	(株)ベンチャー・サポート・ネットワーク代表取締役社長／起ち上がれニッポン DREAMGATE チーフ・プロデューサー／関西学院大学専門職大学院 経営戦略研究科 教授	ゼミ
63	客員教授	東京	吉村毅	ヨシムラタケシ	カルチュア・パブリッシャーズ(株)代表取締役社長/CKエンターテイメント(株)代表取締役社長	ゼミ
64	客員教授	大阪	吉本博	ヨシモトヒロシ	IT教育コンサルタント 学習集団アルキメデス代表 大阪経済大学経営学部 非常勤講師 甲南女子大学資格センター 非常勤講師 大阪工業大学高等学校 非常勤講師	システムとネットワークのセキュリティ概論
65	客員教授	大阪	渡邉康一	ワタナベコウイチ	ウェブマックス(株)代表取締役社長	Webプロデュース Ⅰ〈制作〉／ゼミ
66	客員教授	東京	渡辺弘	ワタナベヒロシ	(株)メンバーズ 戦略プランニング・グループ プランニングディレクター	インターネットビジネスコンサルティング

資料31　デジタルハリウッド大学大学院　専任教員昇格人事評価表

	評価要素	評語の理解 / 着眼点	［A］優れている	［B］普通	［C］やや劣る	審査アイテム	評価	審査アイテム
実務実績	実務	専門分野専門職知識、実務家として専門知識、実務の論理性	専門分野において極めて高い実務の専門職知識を有する。	専門分野において高い実務の専門職知識を有する。	専門分野において実務の専門職知識を有してるが、論理性に劣る。	教員調書（ﾊﾞｰｼﾞｮﾝｱｯﾌﾟ）	【A】5・4 【B】3・2 【C】1・0	係数×1.5 【C】0以下は評価の場合は 実務研究の評価
	実績	専門分野の実績（定量、定数）、実績の論理性	専門分野において極めて高い実務の実績を有する	専門分野において高い実務の実績を有する	専門分野において実務の実績を有するが 専門分野の特性が見られない。	教員調書（ﾊﾞｰｼﾞｮﾝｱｯﾌﾟ）	【A】5・4 【B】3・2 【C】1・0	係数×1.5 【C】0以下は評価昇格なし 実務研究の評価を見る
実務研究	目的	研究の意義や目的、研究計画の作成、目的達成の具体的方法及び可能性、独創性、課題の発見	研究の意義や目的を十分把握して研究計画を作成し、独創性が高く、研究目的達成の方法が具体化しており、可能性も極めて高い。	研究の意義や目的を把握して研究計画を作成し、研究目的達成の方法が具体化しており、可能性も高い。	研究の意義や目的の把握が不十分な研究計画であり、研究目的達成の方法について具体性がやや欠け、可能性も高くない。	①研究計画書 （概要、目的、ﾐｯｼｮﾝｽﾃｰﾄﾒﾝﾄ、ｱｳﾄﾘｰﾁの活動の方法）	【A】5・4 【B】3・2 【C】1・0	係数×1.5 【C】0以下は評価の場合は 実務実績評価
	実績	研究計画の実施・評価の状況、研究成果の発表状況、研究の中間成果、計画の練り直し	研究の成果をあげ高い評価を得た。長期的研究課題では、中間成果からみて、今後大きな成果が期待できる。	計画に沿って研究を行い予定した成果を得た。計画と異なった研究結果が出ても、計画の練り直しにより今後の研究の見通しを得た。	計画に沿って研究を遂行することができず、予定した成果が得られなかった。計画の練り直しが不足し、今後の見通しが十分でない。	②研究実績書 （概要、目的、ﾐｯｼｮﾝｽﾃｰﾄﾒﾝﾄ、ｱｳﾄﾘｰﾁの活動の達成状況、実績）	【A】5・4 【B】3・2 【C】1・0	係数×1.5 【C】0以下は評価昇格なし 実務実績評価を見る
教育研究	能力	学生理解、授業計画の作成、専門的知識の保有・活用、課題発見・解決能力、先見性	専門的知識を十分活用し、先見的に課題を発見、分析し、適切な指導計画を作成し、有効な解決方法を見い出すことができる。	専門的な知識を活用し、直面した学習指導上の課題に対して、適切な指導計画を作成し、解決方法を見い出すことができる。	専門的な知識の活用が不十分で、適切な指導計画を作成することが困難である。課題解決の方法を見い出せないことがある。	講義の内容、シラバスの内容	【A】5・4 【B】3・2 【C】1・0	係数×1
	情意	学生理解の意欲、課題解決の意欲、授業改善の意欲、創意・工夫	意欲的に学生理解に努め、積極的に課題解決に取り組み、創意工夫し授業改善に努めている。	学生理解に努め、課題解決に取り組み、創意工夫し授業改善に努めている	学生理解が不十分で、課題解決への意欲・態度にやや欠けるところがあり、経験や前例に依った方法を繰り返すことがある。	講義の内容、シラバスの内容	【A】5・4 【B】3・2 【C】1・0	係数×1
	実績	授業計画の実施・評価の状況、指導内容・教材の工夫、学生の変容、授業計画の目標の達成、授業ES	学校の教育目標に沿って、適切に授業計画を実施し、学習指導の目標を上回る成果をあげた。評価期間の前授業ES4.0以上	学校の教育目標に沿って授業計画を実施し、学習指導の目標をほぼ達成することができた。評価期間の前授業ES3.5以上	学校の教育目標に沿って授業計画を実施することが困難なことがあり、学習指導の目標を達成することができなかった。	教育計画書	【A】5・4 【B】3・2 【C】1・0	係数×1 評価期間の前授業ES4.0以上
学校運営特別活動	情意	校務運営参加意欲、教授会の参加、学生理解の意欲、責任感、協調性、情報収集、公平な姿勢、態度	責任を持って職務を円滑に遂行し、積極的に関係者との協力や意思の疎通を図り、職務を適切に遂行し改善するよう努めている。	責任を持って職務を遂行し、必要な範囲内で関係者との協力や意思の疎通を図り、職務を適切に遂行するよう努めている。	協力や意思の疎通にやや欠け、摩擦を起こしたり、責任を回避して最後までやり遂げないことがあり、職務を適切に遂行する意欲にやや欠ける。		【A】5・4 【B】3・2 【C】1・0	係数×1
	実績	校務分掌の成果、教授会の参加、教育目標の達成、広報・渉外の成果、特別活動の成果、学科・学級運営案の実施	分掌した職務・役割を円滑に遂行し、校務の改善、学校の運営に大きく貢献し、予定した目標を上回ることができた。	分掌した職務・役割を円滑に遂行し、校務の改善、学校の運営に貢献し、予定した目標をほぼ達成することができた。	分掌した職務・役割の遂行に支障を来すことがあり、学校の運営への貢献が不十分で、予定した目標を達成することができなかった。		【A】5・4 【B】3・2 【C】1・0	係数×1

資料３２　　専任教員の科目別配置等のバランス

専任教員名欄は、無印＝専任教授 / ●＝専任准教授 / ○＝専任講師

科目区分	学習領域	科目名	P	D	専任教員名
基礎科目	ｺﾝﾃﾝﾂﾋﾞｼﾞﾈｽに携わる人材に必要なスキルと倫理	コンテンツビジネスにおけるコンプライアンス	必修	必修	
	ｺﾝﾃﾝﾂﾋﾞｼﾞﾈｽ・産業構造・歴史・未来	デジタルコンテンツ産業概論	選択	選択	杉山知之（東京）
		新IT産業論	選択	選択	
		通信と放送の融合の中でのITビジネス論	選必	選択	齋藤茂樹（東京）
		シネマ学	選択	選択	久里耕介（東京）
	IT時代のメディア	Webメディア論	選必	選択	
	ビジネスプランニング	事業計画手法	選必	選択	海老根智仁（東京）
	コンテンツ基本表現手法	デジタルグラフィックス表現演習Ⅰ（Web）	選択	選択	百谷正則（大阪）●
		デジタルグラフィックス表現演習Ⅱ（Maya）	選択	選択	小倉以索（東京）○
		Webプログラミング演習	選択	選択	
		映像演出	選択	選択	
実践基礎科目	ビジネスプランニング	ビジネスモデル演習	選必	選択	海老根智仁（東京）
		クライアントマネジメント	選択	選択	
	マーケティング	インターネットマーケティング	選必	選択	海老根智仁（東京）
		インターネットマーケティングにおけるデータ分析基礎	選択	選択	
	会計・税務	コンテンツプロデューサーの為の会計・税務	選択	選択	
	法務・財務	コンテンツビジネス法務・財務	選必	選択	
	資金調達	映画製作におけるファイナンスとリクープ	選必	選択	
	アートディレクション	デジタル映像表現手法	選択	選必	小倉以索（東京）○／栩木雅典（大阪）
	ストーリーディレクション	映像監督のストーリー演習	選択	選必	山本和夫（東京）
	テクニカルディレクション	ITソリューション導入手法	選択	選必	三淵啓自（東京）
	エディトリアルディレクション	Webコンテンツ編集	選択	選必	
		Webコンテンツマネジメント演習	選択	選択	百谷正則（大阪）●
	制作マネジメント	映像プロデュース	選択	選択	木村元子（東京）●
		コンテンツメディア・プロダクション	選択	選必	櫻井孝昌（東京）
		WebプロデュースⅠ（制作）	選択	選必	
		WebプロデュースⅡ（システム）	選択	選択	三淵啓自（東京）
		WebプロデュースⅢ（企画・営業）	選必	選択	
		Webディレクション	選択	選択	
		システムとネットワークのセキュリティ概論	選択	選択	
	モバイルビジネス	モバイルビジネス実践	選択	選択	
	ベンチャーキャピタル	ベンチャーキャピタルビジネス論	選択	選択	齋藤茂樹（東京）
応用・展開・先端科目	インターネットビジネスマネジメント応用	インターネットビジネスコンサルティング	選択	選択	
		インターネットマーケティングにおけるアクセス解析実践	選択	選択	
	コンテンツビジネスマネジメント応用	キャラクターマーケティング	選択	選択	加藤洋（東京）○
		コンテンツ海外展開手法	選択	選択	
		アニメコンテンツマネジメント	選択	選択	
		キャラクタービジネスマネジメント	選択	選択	
	先端制作技術研究	デジタルコンテンツ技術変革論	選択	選必	斎賀和彦（東京）
		ポストプロダクション先端技術演習	選択	選択	斎賀和彦（東京）
		クロスメディア演習	選択	選必	川井拓也（東京）／杉浦幹夫（大阪）
	総合展開	ヒットコンテンツ事例研究	選択	選択	
		ヒットプロデュース能力開発演習Ⅱ	選択	選択	吉田就彦（東京）
研究科目	1年短縮対象者のみ共通ゼミ	特ゼミ	1年制必修	1年制必修	杉浦治（東京）
	必修	修了課題制作	必修	必修	専任教員
		プロジェクト科目	選択	選択	－
	情報メディア・ネットワーク分野ゼミ	三淵ゼミ	選択	選択	三淵啓自（東京）
		川井ゼミ	選択	選択	川井拓也（東京）
		西尾ゼミ	選択	選択	
		福井ゼミ	選択	選択	
	情報経済分野ゼミ	起業ゼミⅠ	選択	選択	
		起業ゼミⅡ	選択	選択	
		起業ゼミⅢ	選択	選択	藤本真佐（東京）
		加藤ゼミ	選択	選択	加藤洋（東京）○
		荻野ゼミ	選択	選択	
		三浦ゼミ	選択	選択	
		島田ゼミ	選択	選択	
		吉村ゼミ	選択	選択	
		羽根ゼミ	選択	選択	羽根拓也（東京）
		リクルートゼミ	選択	選択	
		森川ゼミ	選択	選択	
		杉浦ゼミ	選択	選択	杉浦幹夫（大阪）
		渡辺ゼミ	選択	選択	
		咲本ゼミ	選択	選択	
	情報芸術分野ゼミ	山本ゼミ	選択	選択	山本和夫（東京）
		久里ゼミⅠ	選択	選択	
		久里ゼミⅡ	選択	選択	
		飯田ゼミ	選択	選択	
		栩木ゼミ	選択	選択	栩木雅典（大阪）
		笠居ゼミ	選択	選択	
	情報文化分野ゼミ	吉田ゼミ	選択	選択	吉田就彦（東京）
		児玉ゼミ	選択	選択	
		稲泉ゼミ	選択	選択	

P=ｾﾞﾈﾗﾙﾌﾟﾛﾃﾞｭｰｻｰﾌﾟﾛｸﾞﾗﾑ / D=ｺﾝﾃﾝﾂﾃﾞｨﾚｸﾀｰﾌﾟﾛｸﾞﾗﾑ

資料３３　財産及び損益の状況の推移

		第10期 （15年４月～ 16年３月）	第11期 （16年４月～ 17年３月）	第12期 （17年４月～ 18年３月）	第13期 （18年４月～ 19年３月）
売上高	(百万円)	2,336	2,508	2,934	3,281
経常利益又は 経常損失（△）	(百万円)	151	197	224	△26
当期純利益又は 当期純損失（△）	(百万円)	2	113	411	△151
１株当たり当期純利益又 は当期純損失（△）	(円)	152.27	4,757.75	11,304.88	△4,121.33
総資産	(百万円)	1,518	2,496	2,723	2,276
純資産	(百万円)	48	527	940	822
１株当たり純資産	(円)	3,431.98	14,665.10	25,848.71	22,323.27

（注）１株当たり当期純利益（又は当期純損失）は、期中平均発行済株式数により算出しております。

資料３４　撮影関連機器一覧

DV カメラ（大）DVX-100A	2 台
HDV カメラ（HVR-Z1J）	2 台
HDV カメラ（HC-3）	1 台
DV カメラ（DCR-HC96）	1 台
DV カメラ（小）NV-GS200K	1 台
AC ライト（ライティングキット）	2 台
DC ライト（バッテリーライト）	1 台
ワイヤレスマイクロホンシステム（55LT）	2 台
ガンマイク	1 台
ミキサー（SIGMA 3ch）	1 台
モニター（マスモニタ）	2 台
モニター（TFT 液晶）	1 台
ワイドコンバージョンレンズ	1 台
ブルーバック	1 台
三脚用ドリー	1 台
カメラ用三脚（Manfrotto 小）	3 台
カメラ用三脚（Manfrotto 大）	1 台
DV サンシェード	1 台
SP ロールレフ	1 台
SP ライトレフ	1 台

資料３５　ＰＣ等一覧

秋葉原メインキャンパス

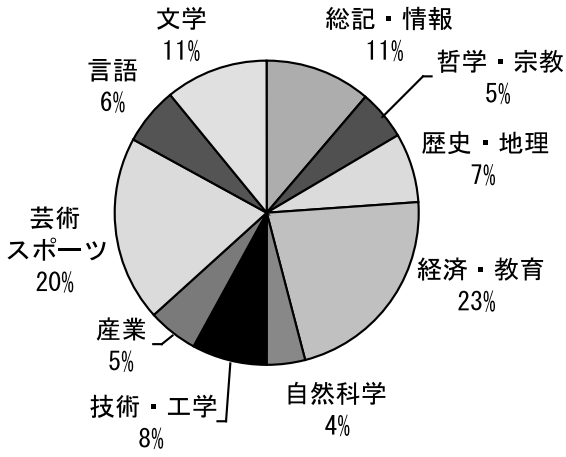
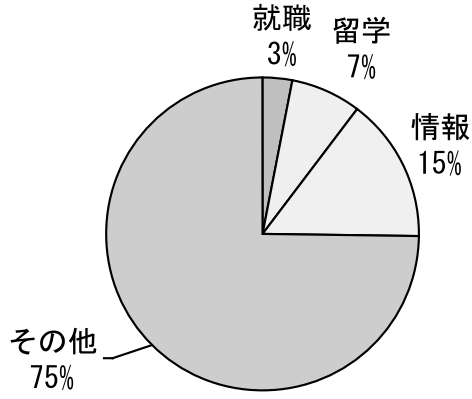
PC	台数	導入されているアプリケーション
VAIO　PCV-HX70B7	5	Adobe Creative Suite 2
		Adobe Studio 8
		Microsoft Office 2003
Dell　Precision　370HT	4	Adobe Creative Suite 2
		Adobe　Creative Suite Production Studio
		Adobe Studio8
		Autodesk MAYA 7.0
		Autodesk MAYA 8.5
HP xw4200/CT Workstation	6	Adobe Creative Suite 2
		Adobe Studio8
		Microsoft Office 2003
		Autodesk 3ｄｓMax
Apple Power Mac G5	5	Adobe Creative Suite 2
		Adobe Studio8
		Apple Final Cut Studio
		Apple Shake

大阪サテライトキャンパス

PC	台数	導入されているアプリケーション
HP Workstation xw4200	4	Adobe　Creative Suite Production Studio
		Adobe Studio8
		Microsoft Office Standard 2003
		Microsoft Office Professional 2003
		Autodesk MAYA 8.0（2台のみ）
		Autodesk 3ｄｓMax（2台のみ）
Apple Power Mac G5	3	Adobe Creative Suite 2
		Adobe Studio8
		Apple Final Cut
		Apple Shake

資料３６　蔵書構成

日本十進分類法による構成図



本学関連分野別分類図